Programación didáctica

Módulo	**Aplicaciones informáticas para el comercio (1233)**
Ciclo	**GRADO MEDIO ACTIVIDADES COMERCIALES**
Curso	**Primero**
Familia	**Comercio y marketing**
Profesor/a	**Julia Hernández Pérez**
Curso	**2026/27**

IES Huerta Alta

Unión Europea
Fondo Social Europeo
"El FSE invierte en tu futuro"
JUNTA DE ANDALUCIA
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.

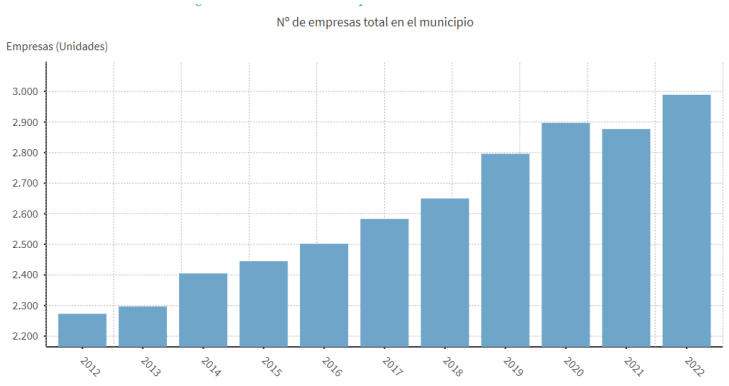
Con respecto a las comunicaciones Alhaurín de la Torre es accesible de las siguientes maneras: por el desvío de la N-340 Málaga-Cádiz: la A-404 dirección a Coín, a través de la autovía Campanillas-Parque Tecnológico sentido Cártama: salida a Churriana. y a través de la hiperronda de Málaga (MA-30), inaugurada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

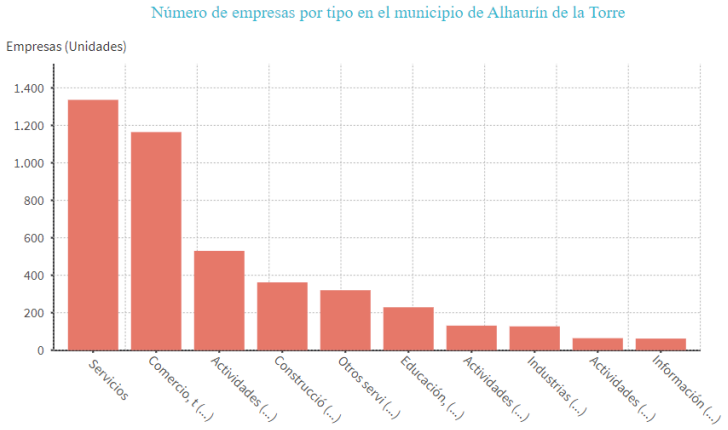
La renta bruta media del municipio ha experimentado crecimientos constantes en los últimos años de manera paralela al crecimiento de la población, siendo la mayor de la comarca del Guadalhorce.

El nivel educativo refleja bajo analafabetismo solo 390 personas según el IAE, y siendo el mayor porcentaje el de personas que tienen la enseñanza secundaría 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. Ley 17/2007, de 10 de diciembre, de Educación 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 si fijan sus enseñanzas mínimas.
11. Orden de 28 de julio de 2015, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales
12. Decreto 327/2010, de 13 de julio, por el que se aprueba el Reglamento Orgánico de los Institutos de Educación Secundaria
13. Decreto 147/2025, de 17 de septiembre de 2025, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas de los Grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía
14. Orden de 18 de septiembre de 2025, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía
15. Orden de 26 de septiembre de 2025, por la que se regula la fase de formación en empresa u organismo equiparado de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional de la Comunidad Autónoma de Andalucía

16. Instrucciones de 20 de mayo de 2026 de la Dirección General de Formación Profesional y Educación Permanente, por la que se establecen aspectos relativos a la evaluación final del alumnado de las enseñanzas de los grados d y e del sistema de formación profesional para el curso 2025/2026 en los centros docentes de la comunidad autónoma de andalucía.

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**

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**
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 anti malware. 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**
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.	- 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 Gamas 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.

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.	o Profundidad de color. - Utilidades de edición de gráficos. Aplicación práctica. o Obtención de imágenes. Crear nueva imagen, utilizar las 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**
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
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 han 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**
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 de 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	Empresa
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

RA3. 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 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 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 **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 duales 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. MANEJO DE LA MAQUINARIA Y LOS PROGRAMAS HABITUALES EN COMERCIO	16 horas	**PRIMER TRIMESTRE**	1 a, b, c, d, e, f, g, h
UD 2. UTILIZACIÓN DE LA RED DE INTERNET	14 horas	**ENSEÑANZA EN LA EMPRESA**	2 a, b, c, d, e, f, g, h
UD 3. CONFECCIÓN DE MATERIALES GRÁFICOS	10 horas	**PRIMER TRIMESTRE**	3 a, b, c, d, e, f, g, h
UD 4. EMPLEO DE APLICACIONES INFORMÁTICAS DE USO GENERAL EN EL COMERCIO	30 horas	**PRIMER TRIMESTRE**	4 a, b, c, d, e, f, g, h
UD 5. REALIZACIÓN DE CÁLCULOS MATEMÁTICOS CON HOJA DE CÁLCULO Y TRATAMIENTO DE DATOS CON GESTORES DE BASES DE DATOS	44 horas	**PRIMER Y SEGUNDO TRIMESTRE**	5 a, b, c, d, e, f, g, h
UD 6. REALIZACIÓN DE LA FACTURACIÓN ELECTRÓNICA Y OTRAS TAREAS	14 horas	**ENSEÑANZA EN LA EMPRESA**	6 a, b, c, d, e, f, g

ADMINISTRATIVAS DE FORMA TELEMÁTICA			
TOTAL, HORAS	**128 horas**		

Planteamiento metodológico y actividades.

Como se ha expuesto anteriormente la programación se ha organizado en 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 18 de septiembre de 2025, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía, se evaluará cada uno de los siguientes resultados de aprendizaje mediante las evidencias descritas en las siguientes tablas, atendiendo a lo siguientes **procedimientos, técnicas e instrumentos de evaluación:**

La evaluación del módulo se llevará a cabo mediante procedimientos, técnicas e instrumentos variados, flexibles, accesibles y adaptados a las características del alumnado, asegurando una valoración continua y global del grado de consecución de los resultados de aprendizaje y de los criterios de evaluación asociados.

Para cada criterio de evaluación se aplicarán distintos instrumentos que permitan observar el progreso competencial del alumnado desde diferentes perspectivas.

Procedimientos de evaluación:

- Observación sistemática del desempeño del alumnado en actividades individuales y grupales.
- Valoración continua de los trabajos, proyectos y tareas realizadas en el aula o en entornos simulados.
- Revisión y análisis de evidencias de aprendizaje (portafolios, informes, presentaciones, productos finales, pruebas prácticas…).
- Autoevaluación y coevaluación como estrategias de reflexión y mejora del propio proceso de aprendizaje.

Técnicas de evaluación:

- Observación directa y registro de actitudes, destrezas y comportamientos.
- Análisis de producciones escritas y digitales.
- Resolución de casos prácticos y situaciones simuladas.

- Entrevistas o tutorías individualizadas para recoger información cualitativa del proceso.

Instrumentos de evaluación:

- Rúbricas específicas para cada resultado de aprendizaje.
- Listas de cotejo (checklists) para el control del progreso.
- Portafolio de evidencias.
- Guía de corrección
- Cuaderno del profesor/a como registro de observaciones y calificaciones parciales.

Estos instrumentos se seleccionarán de forma coherente con las actividades de enseñanza-aprendizaje y permitirán la recogida de información válida y fiable, garantizando la accesibilidad para todo el alumnado y la posibilidad de ajustes metodológicos según sus necesidades.

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 **9%**
a) Se han examinado los componentes físicos de un ordenador.	Prueba y exposición	1%
b) Se han considerado las características y funcionamiento de los equipos informático-electrónicos específicos para el comercio.	Prueba y exposición	2%
c) Se ha manejado un sistema operativo basado en el uso de ventanas.	Prueba y exposición	1%
d) Se han gestionado los archivos de información mediante sistemas operativos.	Prueba y exposición	1%
e) Se han descargado y utilizado aplicaciones de visualización e impresión de datos.	Prueba y exposición	1%
f) Se ha configurado una red doméstica.	Prueba y exposición	1%
g) Se han protegido los equipos de virus, correo basura y otros elementos indeseables.	Prueba y exposición	1%
h) Se han realizado operaciones rutinarias de mantenimiento de los equipos.	Prueba y exposición	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 **5%**
a) Se han identificado los conceptos esenciales de funcionamiento y uso de la red y las características propias de las intranets y las extranets.	Resultado de aprendizaje en empresa	Todos con el mismo peso
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.		

RA: 3. Confecciona materiales informativos y publicitarios, utilizando técnicas de diseño gráfico.		
Criterio de evaluación	Evidencia	Peso **10%**
a) Se han diseñado materiales de comunicación en soportes gráficos.	Prueba	Todos el mismo peso
b) Se ha realizado la composición y formato del material, respetando principios de armonía, proporción, equilibrio y simetría, entre otros.	Prueba	
c) Se han aplicado principios de asociación psicológica de imágenes, contenidos, semejanza, continuidad y simetría, entre otros.	Prueba	
d) Se han empleado técnicas de diseño y autoedición relativas a percepción visual, legibilidad y contrastes de color, entre otros.	Prueba	
e) Se han diseñado materiales gráficos de imágenes, manteniendo una distribución equilibrada de todos los elementos.	Prueba	
f) Se ha utilizado diverso software multimedia para la edición de imágenes y sonidos y para la grabación de sonidos.	Prueba	
g) Se han efectuado trabajos publicitarios y promocionales en Internet.	Prueba	

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 **35%**
a) Se han editado todo tipo de escritos informativos y publicitarios, por medio de aplicaciones específicas de tratamiento y corrección de textos.	Prueba	5%
b) Se han utilizado herramientas especializadas de generación de textos a través de utilidades de edición.	Prueba	5%
c) Se han elaborado índices temáticos, alfabéticos y de ilustraciones.	Prueba	5%
d) Se han ordenado los textos e ilustraciones para efectuar una correcta maquetación de los contenidos.	Prueba	5%
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.	Prueba	5%
f) Se han diseñado presentaciones publicitarias y de negocios con texto esquematizado, animaciones de texto e imágenes importadas.	Prueba	5%
g) Se han diseñado presentaciones maestras que sirvan de base para la creación de otras presentaciones.	Prueba	5%

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 **36%**
a) Se han realizado cálculos matemáticos en diversas áreas de la empresa como administración, finanzas y producción, entre otras.	Prueba	4,5%
b) Se han definido las fórmulas para automatizar la confección de diversos documentos administrativos, tales como albaranes y facturas, entre otros.		4,5%
c) Se han utilizado funciones matemáticas para calcular ingresos, costes, y resultados económico– financieros.		4,5%
d) Se han tratado y filtrado listas de datos con la hoja de cálculo.		4,5%
e) Se han creado ficheros de bases de datos relacionales que pueden ser fácilmente consultadas.		4,5%
f) Se han extraído informaciones a través de la consulta combinada de varias tablas de datos.		4,5%
g) Se han diseñado formularios para la inclusión de datos en sus tablas correspondientes.		4,5%
h) Se han elaborado informes personalizados de los registros de la base de datos para imprimirlos.		4,5%

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 **5%**
a) Se han identificado los formatos electrónicos de factura.	Resultado de aprendizaje en empresa	Todos el mismo peso
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 trámites online con la Seguridad Social.		
h) Se han realizado prácticas con simuladores de banca online.		

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 18 de septiembre de 2025, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

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:

17. La superación de cualquier módulo profesional requiere la evaluación positiva de todos los resultados de aprendizaje (RA) que lo componen, sean o no formación en la empresa.
En consecuencia, la calificación final del módulo será positiva únicamente cuando el alumno o alumna haya alcanzado de forma satisfactoria todos los RA, conforme a los criterios de evaluación establecidos para cada uno de ellos. Esto incluye también al módulo de proyecto intermodular

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

- 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. Esto incluye el uso de la IA, internet o dispositivos móviles cuando no haya sido aprobado su uso por el docente, este utilizará los instrumentos correspondientes para garantizar que se realizó tal uso indebido.
- Para superar el módulo se han de aprobar todas las pruebas teórico-prácticas.
- 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 contínua: En virtud de lo establecido del artículo 27.5 y 27.6 del Decreto 147/2025, de 17 de septiembre, la evaluación continua de los aprendizajes requerirá la asistencia regular y obligatoria, tanto en el centro docente como en la fase de formación en empresa u organismo equiparado, de al menos el 80 por ciento de la duración total del módulo, ámbito o proyecto, a partir de la fecha en la que el alumnado se haya matriculado, teniendo que superar en junio todos los RA y criterios de evaluación de dicho módulo en el que se ha perdido la evaluación continua.

D) Baja de oficio: De conformidad con lo dispuesto en el artículo 26.5 del Decreto 147/2025, de 17 de septiembre, los centros docentes sostenidos con fondos públicos iniciarán el procedimiento de anulación de oficio de la matrícula en las ofertas formativas de grados D o E si, una vez iniciadas las actividades lectivas y transcurridos cinco días hábiles, se observase la no incorporación o la inasistencia injustificada y reiterada del alumnado a las mismas. Dicho procedimiento podrá incoarse hasta el 15 de noviembre de cada año. Asimismo, a partir del 15 de noviembre podrá procederse igualmente a la anulación de oficio de la matrícula en aquellos casos en que el alumnado acumule un mínimo de cuarenta y cinco días hábiles de inasistencia

injustificada en el conjunto de los módulos en que estuviera matriculado.

E) 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 de los módulos profesionales correspondientes además del que consta en 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 la formación en empresa de este módulo es la siguiente, siendo la actividad destinada :

RA	DESCRIPCIÓN LOGRO	PESO %	NO SE HA REALIZADO	NO SABE HACERLO	SABE HACERLO CON AYUDA	SABE HACERLO DE MANERA AUTÓNOMA	SABE HACERLO DE MANERA AUTÓNOMA Y ES CAPAZ DE AYUDAR A OTROS
RA2 COMPLETO	El alumno/a realiza el envío de información a través de e-mail	5%	☐	☐	☐	☐	☐
	El alumno/alumna gestiona transferencia de archivos		☐	☐	☐	☐	☐
	El alumno/a utiliza la intranet de la empresa		☐	☐	☐	☐	☐
RA 6 COMPLETO	El alumno/a sabe crear la factura electrónica	5%	☐	☐	☐	☐	☐
	El alumno/a es capaz de relacionarse con las administraciones públicas		☐	☐	☐	☐	☐
	El alumno/alumna practica la banca online		☐	☐	☐	☐	☐

Para llevar a cabo la valoración con esta rúbrica se propone al centro de trabajo que el alumno/a realice envío de información a través del e-mail corporativo de la empresa con algún archivo adjunto para el RA2 y para el RA6 según el programa de facturación el alumno/a aprenderá a manejarlo al mismo tiempo que verá el uso de la empresa con la banca online y los procesos telemáticos con las administraciones públicas.

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.

Rúbrica exposiciones:

GRUPO		TEMA			
ALUMNO	CONTENIDO	DISEÑO	EXPRESIÓN ORAL	VOCABULARIO ESPECÍFICO	PREGUNTA INDIVIDUAL

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.

Proceso de evaluación de los RA en formación en empresa

La persona que ejerza la tutoría dual en la empresa registrará la evolución del alumnado respecto a los RA y criterios de evaluación aplicables en el módulo correspondiente. Esta valoración se realizará mediante instrumentos específicos: rúbricas cualitativas como el ejemplo que acabamos de ver.

La información recogida por el tutor de empresa se trasladará al profesor responsable del módulo para integrar en el procedimiento global de evaluación, complementando la evaluación realizada en el centro educativo.

La calificación final del módulo tendrá en cuenta, de manera parcial y ponderada, la valoración realizada por el tutor dual de empresa, asegurando que la experiencia práctica forme parte del proceso de calificación.

La coordinación entre tutor de empresa y profesor del centro será continua, mediante informes periódicos, reuniones y diarios de prácticas y asistencia del alumnado.

El responsable último de la calificación numérica recibida en el RA de empresa es el profesor responsable del módulo.

Recuperación de los RA no superados en la fase de formación en empresa

En caso de que algún alumno/a no pueda desarrollar alguno de los resultados de aprendizaje previstos en su plan de formación individual o no los supere en el centro de trabajo (durante la fase de formación en empresa u organismo equiparado), tendrá que realizar una actividad similar (email con transferencia de archivos, creación de facturas en excel, comunicación con el IES y sacar extracto bancario online) y entregarla al profesor en forma y plazo.

El profesor facilitará el material teórico y las explicaciones necesarias para que pueda desarrollarlo entre las evaluaciones final primera y final segunda (junio) en caso de no haber sido superado dicho RA, siendo el instrumento empleado para evaluar una rúbrica, este proyecto tendrá que tener una nota igual o superior al cinco para poder superar el RA vinculado a la fase de formación en empresa, en caso contrario ni el RA ni el módulo finalmente quedarían superados, estando suspenso o suspensa en la segunda evaluación final y definitiva del curso.

Este procedimiento también tendrá lugar si el tutor dual de empresa nos manifiesta en sus rúbricas de evaluación que no se ha desarrollado dicho RA en empresa, en este caso el alumnado no tendrá que esperar al mes de junio para poder desarrollar el proyecto, pudiendo entregarlo antes de la primera evaluación final

Instrumentos de evaluación para alumnado con pérdida de evaluación continua

Para el alumnado que no haya superado la evaluación continua se establecerá un periodo de recuperación individualizado entre la evaluación inicial final primera y segunda, estructurado en dos semanas, si bien también puede presentarse a la convocatoria antes de la primera evaluación final (entregas y pruebas correspondientes a toda la materia) siempre que lo solicite por adelantado y en tiempo y forma, en caso de no aprobar pasaría a tener otra oportunidad en la segunda evaluación final.

Con respecto al periodo de recuperación individualizado entre la evaluación inicial final primera y segunda:

Cada semana se centrará en temas específicos, incluyendo la realización de ejercicios prácticos y dudas y explicaciones de las entregas de proyectos

Los instrumentos seleccionados permitirán valorar de manera objetiva la adquisición de los RA no alcanzados por la pérdida de la evaluación continua. Entre ellos se incluyen:

- Pruebas escritas y prácticas correspondientes a los temas de cada semana
- Entrega de trabajos o ejercicios desarrollados durante la recuperación, con criterios de corrección previamente definidos
- Rúbricas para la valoración de competencias y procedimientos aplicados en cada actividad y guías de corrección de pruebas teórica-prácticas.
- Cuaderno de seguimiento y registro del progreso del alumnado, anotando resultados, incidencias y observaciones del docente.

La superación del módulo estará condicionada a que el alumnado supere todas las pruebas y entregas de los temas correspondientes a los dos trimestres, incluidos los RA que van a empresa, que anteriormente se ha expuesto cómo se recupera.

Periodo entre las evaluaciones final primera y final segunda

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 o para subir calificaciones, o cómo se ha explicado por la pérdida de evaluación continua. Se desarrollaran:

A) Actividades de refuerzo (recuperación de resultados no alcanzados)

Estas actividades estarán dirigidas al alumnado que no haya alcanzado de forma satisfactoria alguno de los **c**riterios de evaluación o resultados de aprendizaje (RA) en la evaluación final primera.
Su objetivo es reconducir el proceso de aprendizaje, atendiendo a las dificultades detectadas durante la evaluación continua.

Características:

- Individualizadas o en pequeños grupos, según las necesidades detectadas
- Enfocadas en los RA no superados, con tareas específicas de aplicación práctica.

- Utilización de ejercicios de consolidación
- La superación de estos RA pendientes permitirá la superación del módulo o en caso de no superarse de cara a la segunda evaluación final y definitiva, el alumno/a no superará de manera definitiva el módulo profesional

Ejemplos de actividades de refuerzo:

- Ejercicios prácticos de aplicación de contenidos básicos
- Revisión guiada de errores cometidos en pruebas o tareas anteriores
- Tutorías individualizadas para reforzar competencias específicas
- Actividades en aula virtual

La asistencia en junio a clase para las actividades de refuerzo es obligatoria.

B) Actividades de mejora o ampliación (subir nota o profundizar)

Estas actividades se ofrecen al alumnado que haya alcanzado los resultados de aprendizaje, pero desee **mejorar su calificación**

Características:

- De carácter **voluntario**
- Pueden contribuir a **incrementar la calificación final del módulo**, siempre que se evidencie un nivel de logro superior a los mínimos exigidos.

Ejemplos de actividades de mejora:

- Elaboración de un proyecto complementario o mejora de uno existente
- Desarrollo de una propuesta creativa, campaña o simulación avanzada
- Investigación o análisis de casos reales de empresas del sector

La asistencia del alumnado para subir nota es solo puntual, no todo el mes de junio, por el tiempo necesario para poder demostrar la subida de nota en los RA que previamente le haya comunicado el profesor, deben solicitar por escrito su deseo de subir nota en el módulo profesional.

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

En el caso del grupo nos constan siete alumno/as con **necesidades especiales**, se aplicarán los mismos **instrumentos y criterios de evaluación** que al resto del grupo, sin realizar **adaptaciones significativas ni ampliar el tiempo de examen**, con las siguientes excepciones:

- No se le tendrán en cuenta las faltas de ortografía al calificar los contenidos escritos, garantizando así que la valoración se centre en el conocimiento, la comprensión y la aplicación de competencias profesionales, y no en dificultades específicas de lectoescritura.
- Explicar verbalmente las indicaciones de exámenes, prácticas o trabajos, además de proporcionarle por escrito dichas cosas
- Sesiones de orientación o aclaración de dudas sobre contenidos, planificación de actividades y estrategias de estudio, siempre que el alumno lo solicite.
- Explicación o resumen de textos técnicos o de lectura densa, facilitando la comprensión de conceptos clave
- Más tiempo de realización de examen

- La calificación final se obtendrá de la misma manera que para el resto del alumnado, garantizando igualdad de oportunidades y equidad en la evaluación.
- La atención se centra en facilitar el aprendizaje y la comprensión de los contenidos, sin modificar los instrumentos ni la exigencia de los RA.

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.
- 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 Moodle y realizar trabajos con implicación de TICS en el campo del Comercio y Marketing. En el centro existen ordenadores portátiles para poder trabajar. Cada alumno/a deberá traer una memoria USB para guardar su trabajo diario, así evitamos el riesgo de pérdida del material y al mismo tiempo podrán tener el trabajo en casa para seguir proacticando.

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: 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 presentaciones.
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
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. Confecciona materiales informativos y publicitarios, utilizando técnicas Diseño gráfico.

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.

Programación didáctica

Módulo	**Digitalización aplicada a los sectores productivos (GM) (1664)**
Ciclo	**CFGM Actividades Comerciales**
Curso	**Primero**
Familia	**Comercio y marketing**
Profesor/a	**Rocío Trujillo Contreras**
Curso	**2026/2027**

IES Huerta Alta

Unión Europea
Fondo Social Europeo
"El FSE invierte en tu futuro"
JUNTA DE ANDALUCIA
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.

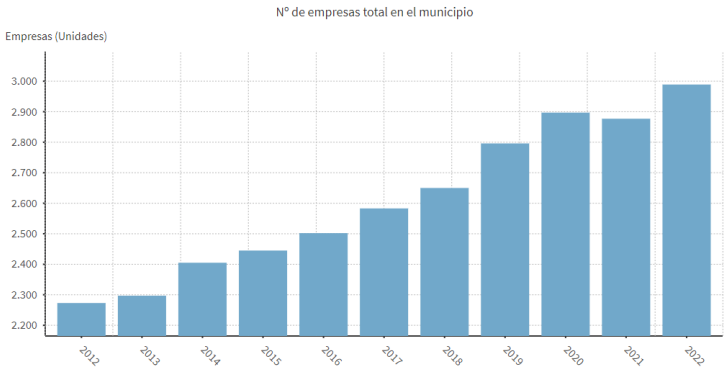
Con respecto a las comunicaciones Alhaurín de la Torre es accesible de las siguientes maneras: por el desvío de la N-340 Málaga-Cádiz: la A-404 dirección a Coín, a través de la autovía Campanillas-Parque Tecnológico sentido Cártama: salida a Churriana. y a través de la hiperronda de Málaga (MA-30), inaugurada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

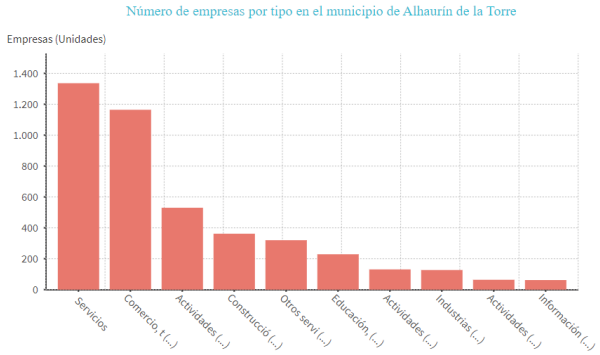
La renta bruta media del municipio ha experimentado crecimientos constantes en los últimos años de manera paralela al crecimiento de la población, siendo la mayor de la comarca del Guadalhorce.

El nivel educativo refleja bajo analafabetismo solo 390 personas según el IAE, y siendo el mayor porcentaje el de personas que tienen la enseñanza secundaría 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 24 de julio de 2026 de la Dirección General de Formación Profesional y Educación Permanente por la que se dictan Instrucciones para determinar aspectos relativos a la distribución horaria y a la concreción curricular de las enseñanzas correspondientes a los grados D y E del sistema de Formación Profesional para el curso escolar 2026/2027 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. Ley 17/2007, de 10 de diciembre, de Educación 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.
12. Decreto 147/2025, de 17 de septiembre de 2025, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas de los Grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía.
13. Orden de 18 de septiembre de 2025, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía.
14. Orden de 26 de septiembre de 2025, por la que se regula la fase de formación en empresa u organismo equiparado de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional de la Comunidad Autónoma de Andalucía.
15. Instrucciones de 20 de mayo de 2026 de la Dirección General de Formación Profesional y Educación Permanente, por la que se establecen aspectos relativos a la evaluación final del alumnado de las enseñanzas de los grados d y e del sistema de formación profesional para el curso 2025/2026 en los centros docentes de la comunidad autónoma de andalucía.

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**
a) Se han identificado las etapas «típicas» de los modelos basados en EL y modelos basados en EC. 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).	− Economía lineal y circular. Modelos de empresas basados en economía lineal y circular − Modelos de empresas y afectación del medio ambiente − Importancia del reciclaje en los modelos económicos − Procesos reales basados en economía lineal. Procesos reales basados en economía circular − Comparativa de los modelos en relación con su impacto medioambiental y los 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**
a) Se han relacionado los sistemas ciber físicos con la evolución industrial. b) Se ha analizado el cambio producido en los sistemas automatizados.	− Sistemas ciberfísicos. Relación con la evolución industrial − Sistemas automatizados. Cambios

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.	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**
a) Se han identificado los diferentes niveles de la *cloud*/nube. b) Se han identificado las principales funciones de la cloud/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 cloud/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 cloud/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**

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
	– Tecnologías habilitadoras actuales.
	– Características y aplicaciones de:
	  – IoT
	  – IA

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.	– 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**

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	2T-Eval final
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		
RA: 3. Identifica la estructura de los sistemas basados en *cloud*/nube describiendo su tipología y campo de aplicación.			X RA a 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.

Orientaciones pedagógicas:

Este módulo profesional contiene l**a formación necesaria para comprender y participar activamente en el proceso de adaptación y modernización de las empresas a entornos digitales y la Industria 4.0, aplicando tecnologías clave y asegurando la gestión y protección de los datos.**

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.
- 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. CONCEPTOS DE LA ECONOMÍA LINEAL Y LA ECONOMÍA CIRCULAR	5 horas	**PRIMER TRIMESTRE**	1. a, b, c, d, e, f
UD 2. CUARTA REVOLUCIÓN INDUSTRIAL.	7 horas	**PRIMER TRIMESTRE**	2. a, b, c, d, e, f
UD 3. GESTIÓN EN LA NUBE Y SISTEMAS CONECTADOS.	8 horas Duales	**2º TRIMESTRE -EVAL FINAL 1**	3. a, b, c, d, e
UD 4. CARACTERÍSTICAS DE LOS SISTEMAS DE PRODUCCIÓN.	5 horas	**SEGUNDO TRIMESTRE**	4 .a, b, c, d, e, f, g, h
UD 5. PLAN DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL.	7 horas	**SEGUNDO 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 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 (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 18 de septiembre de 2025, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía, se evaluará cada uno de los siguientes resultados de aprendizaje mediante las evidencias descritas en las siguientes tablas, atendiendo a lo siguientes **procedimientos, técnicas e instrumentos de evaluación:** La evaluación del módulo se llevará a cabo mediante procedimientos, técnicas e instrumentos variados, flexibles, accesibles y adaptados a las características del alumnado, asegurando una valoración continua y global del grado de consecución de los resultados de aprendizaje y de los criterios de evaluación asociados.

Para cada criterio de evaluación se aplicarán distintos instrumentos que permitan observar el progreso competencial del alumnado desde diferentes perspectivas.

Procedimientos de evaluación:

- Observación sistemática del desempeño del alumnado en actividades individuales y grupales.
- Valoración continua de los trabajos, proyectos y tareas realizadas en el aula o en entornos simulados.
- Revisión y análisis de evidencias de aprendizaje (portafolios, informes, presentaciones, productos finales, pruebas prácticas…).
- Autoevaluación y coevaluación como estrategias de reflexión y mejora del propio proceso de aprendizaje.

Técnicas de evaluación:

- Observación directa y registro de actitudes, destrezas y comportamientos.
- Análisis de producciones escritas y digitales.
- Resolución de casos prácticos y situaciones simuladas.
- Entrevistas o tutorías individualizadas para recoger información cualitativa del proceso.

Instrumentos de evaluación:

- Rúbricas específicas para cada resultado de aprendizaje.

- Listas de cotejo (checklists) para el control del progreso.
- Portafolio de evidencias.
- Guía de corrección
- Cuaderno del profesor/a como registro de observaciones y calificaciones parciales.

Estos instrumentos se seleccionarán de forma coherente con las actividades de enseñanza-aprendizaje y permitirán la recogida de información válida y fiable, garantizando la accesibilidad para todo el alumnado y la posibilidad de ajustes metodológicos según sus necesidades.

Los Resultados de Aprendizaje tendrán un peso distinto, y dentro de cada RA, los criterios de evaluación tienen el mismo peso.

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	Procedimiento	Técnica	Instrumento	Peso 20%
a) Se han identificado las etapas «típicas» de los modelos basados en EL y modelos basados en EC.	Revisión prueba práctica	Casos prácticos	Guía corrección casos prácticos y prueba objetiva	
b) Se ha analizado cada etapa de los modelos EL y EC y su repercusión en el medio ambiente.	Observación sistemática	Prueba objetiva		
c) Se ha valorado la importancia del reciclaje en los modelos económicos	Valoración del trabajo de aula	Observación directa	Portafolio de evidencias	
d) Se han identificado procesos reales basados en EL.	Autoevaluación y coevaluación			
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	Procedimiento	Técnica	Instrumento	Peso 20%
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.	Revisión prueba práctica Observación sistemática Valoración del trabajo de aula Autoevaluación y coevaluación	Casos prácticos Prueba objetiva Observación directa	Guía corrección casos prácticos y prueba objetiva Portafolio de evidencias	

RA: 3. Identifica la estructura de los sistemas basados en cloud/nube describiendo su tipología y campo de aplicación. (DUAL, A EMPRESA)				
Criterio de evaluación	**Procedimiento**	**Técnica**	**Instrumento**	**Peso 5%**
a) Se han identificado los diferentes niveles de la *cloud*/nube. b) Se han identificado las principales funciones de la cloud/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 cloud/nube.	Observación sistemática en centro de trabajo y reuniones con tutores duales de empresa	Análisis de producciones Observación directa Entrevistas con tutores o	Rúbrica tutor dual de empresa	

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 cloud/nube en los sistemas conectados.		alumnos		

RA: 4. Compara los sistemas de producción/prestación de servicios digitalizados con los sistemas clásicos identificando las mejoras introducidas.				
Criterio de evaluación	**Procedimiento**	**Técnica**	**Instrumento**	**Peso 25%**
a) Se han identificado las tecnologías habilitadoras (THD) actuales que definen un sistema digitalizado.	Revisión prueba práctica	Casos prácticos	Guía corrección casos prácticos y prueba objetiva	
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.	Observación sistemática	Prueba objetiva		
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.	Valoración del trabajo de aula	Observación directa		
d) Se ha relacionado la alineación entre las unidades funcionales de las empresas que conforman el sistema y el objetivo del mismo.	Autoevaluación y coevaluación		Portafolio de evidencias	
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 unida.				
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	**Procedimiento**	**Técnica**	**Instrumento**	**Peso 30%**
a) Se ha definido a nivel de bloques el diagrama de funcionamiento de la empresa clásica.	Revisión prueba práctica Observación sistemática Valoración del trabajo de aula	Casos prácticos Prueba objetiva	Guía corrección casos prácticos y prueba objetiva	
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.	Autoevaluación y coevaluación	Observación directa	Portafolio de evidencias	
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.				

PROCESO DE EVALUACIÓN EN LOS CICLOS FORMATIVOS DE GRADO D Y E

Todos los módulos de los ciclos formativos se rigen por la Orden de 18 de septiembre de 2025, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

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:

f) La superación de cualquier módulo profesional requiere la evaluación positiva de todos los resultados de aprendizaje (RA) que lo componen, sean o no formación en la empresa.En consecuencia, la calificación final del módulo será positiva únicamente cuando el alumno o alumna haya alcanzado de forma satisfactoria todos los RA, conforme a los criterios de evaluación establecidos para cada uno de ellos. Esto incluye también al módulo de proyecto intermodular

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

h) 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.

i) 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. Esto incluye el uso de la IA, internet o dispositivos móviles cuando no haya sido aprobado su uso por el docente, este utilizará los instrumentos correspondientes para garantizar que se realizó tal uso indebido.

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

k) 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 contínua: En virtud de lo establecido del artículo 27.5 y 27.6 del Decreto 147/2025, de 17 de septiembre, la evaluación continua de los aprendizajes requerirá la asistencia regular y obligatoria, tanto en el centro docente como en la fase de formación en empresa u organismo equiparado, de al menos el 80 por ciento de la duración total del módulo, ámbito o proyecto, a partir de la fecha en la que el alumnado se haya matriculado, teniendo que superar en junio todos los RA y criterios de evaluación de dicho módulo en el que se ha perdido la evaluación continua.

D) Baja de oficio: De conformidad con lo dispuesto en el artículo 26.5 del Decreto 147/2025, de 17 de septiembre, los centros docentes sostenidos con fondos públicos iniciarán el procedimiento de anulación de oficio de la matrícula en las ofertas formativas de grados D o E si, una vez iniciadas las actividades lectivas y transcurridos cinco días hábiles, se observase la no incorporación o la inasistencia injustificada y reiterada del alumnado a las mismas. Dicho procedimiento podrá incoarse hasta el 15 de noviembre de cada año. Asimismo, a partir del 15 de noviembre podrá procederse igualmente a la anulación de oficio de la matrícula en aquellos casos en que el alumnado acumule un mínimo de cuarenta y cinco días hábiles de inasistencia injustificada en el conjunto de los módulos en que estuviera matriculado.

E) 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 de los módulos profesionales correspondientes además del que consta en 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 la formación en empresa de este módulo es la siguiente, siendo la actividad destinada :

Ítem (describe detalladamente)	CEV	% RA	No se ha realizado	No sabe hacerlo	Sabe hacerlo con ayuda	Sabe hacerlo de manera autónoma	Sabe hacerlo de manera autónoma y es capaz de ayudar a otros
1. El alumno/a entiende los niveles de la cloud, sus funciones (procesamiento de datos, intercambio de información, entre otros) identificando las ventajas que ofece 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 %	☐	☐	☐	☐	☐

Para llevar a cabo la valoración con esta rúbrica se propone al centro de trabajo que el alumno/a realice como actividad formativa **un informe con las actividades realizadas durante el período de prácticas, reflexionando sobre sus puntos fuertes, debilidades y el progreso a lo largo de las semanas.** Se recomienda que se lleven a cabo entrevistas con el tutor dual de la empresa, así como con otros compañeros/as de trabajo para que le ayuden a analizar y reflexionar.

Todo ello haciendo uso de herramientas digitales.

En ese informe, el alumno/a deberá demostrar su comprensión de los niveles de Cloud/nube, sus funciones, y las ventajas que ofrecen para sistemas conectados y debe comprender cómo esta tecnología ayuda a mejorar el movimento de datos e información y a evitar la sobrecarga en los servidores de la empresa, ofreciendo seguridad.

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 éstas, 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 ésta 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.

Proceso de evaluación de los RA en formación en empresa

La persona que ejerza la tutoría dual en la empresa registrará la evolución del alumnado respecto a los RA y criterios de evaluación aplicables en el módulo correspondiente. Esta valoración se realizará mediante instrumentos específicos: rúbricas cualitativas como el ejemplo que acabamos de ver.

La información recogida por el tutor de empresa se trasladará al profesor responsable del módulo para integrarla en el procedimiento global de evaluación, complementando la evaluación realizada en el centro educativo.

La calificación final del módulo tendrá en cuenta, de manera parcial y ponderada, la valoración realizada por el tutor dual de empresa, asegurando que la experiencia práctica forme parte del proceso de calificación. La coordinación entre tutor de empresa y profesor del centro será continua, mediante informes periódicos, reuniones y diarios de prácticas y asistencia del alumnado. El responsable último de la calificación numérica recibida en el RA de empresa es el profesor responsable del módulo.

Recuperación de los RA no superados en la fase de formación en empresa

En caso de que algún alumno/a no pueda desarrollar alguno de los resultados de aprendizaje previstos en su plan de formación individual o no los supere en el centro de trabajo (durante la fase de formación en empresa u organismo equiparado), tendrá que desarrollar un proyecto entregable consistente en la elaboración de un informe sobre su estancia en la empresa durante el periodo de prácticas.

El profesor facilitará el material teórico y las explicaciones necesarias para que pueda desarrollarlo entre las evaluaciones final primera y final segunda (junio) en caso de no haber sido superado dicho RA, siendo el instrumento empleado para evaluarlo una rúbrica, este proyecto tendrá que tener una nota igual o superior al cinco para poder superar el RA vinculado a la fase de formación en empresa, en caso contrario ni el RA ni el módulo finalmente quedarían superados, estando suspenso o suspensa en la segunda evaluación final y definitiva del curso.

Este procedimiento también tendrá lugar si el tutor dual de empresa nos manifiesta en sus rúbricas de evaluación que no se ha desarrollado dicho RA en empresa, en este caso el alumnado no tendrá que esperar al mes de junio para poder desarrollar el proyecto, pudiendo entregarlo antes de la primera evaluación final

Instrumentos de evaluación para alumnado con pérdida de evaluación continua

Para el alumnado que no haya superado la evaluación continua se establecerá un periodo de recuperación individualizado entre la evaluación inicial final primera y segunda, estructurado en dos semanas, si bien también puede presentarse a la convocatoria antes de la primera evaluación final (entregas y pruebas correspondientes a toda la materia) siempre que lo solicite por adelantado y en tiempo y forma, en caso de no aprobar pasaría a tener otra oportunidad en la segunda evaluación final.

Con respecto al periodo de recuperación individualizado entre la evaluación inicial final primera y segunda: Cada semana se centrará en temas específicos, incluyendo la realización de ejercicios prácticos y dudas y explicaciones de las entregas de proyectos.

Los instrumentos seleccionados permitirán valorar de manera objetiva la adquisición de los RA no alcanzados por la pérdida de la evaluación continua. Entre ellos se incluyen:

- Pruebas escritas y prácticas correspondientes a los temas de cada semana
- Entrega de trabajos o ejercicios desarrollados durante la recuperación, con criterios de corrección previamente definidos
- Rúbricas para la valoración de competencias y procedimientos aplicados en cada actividad y guias de corrección de pruebas teórica-prácticas.
- Cuaderno de seguimiento y registro del progreso del alumnado, anotando resultados, incidencias y observaciones del docente.

La superación del módulo estará condicionada a que el alumnado supere todas las pruebas y entregas de los temas correspondientes a los dos trimestres, incluidos los RA que van a empresa, que anteriormente se ha expuesto cómo se recupera.

Periodo entre las evaluaciones final primera y final segunda

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 o para subir calificaciones, o cómo se ha explicado por la pérdida de evaluación continua. Se desarrollaran:

A) Actividades de refuerzo (recuperación de resultados no alcanzados)

Estas actividades estarán dirigidas al alumnado que no haya alcanzado de forma satisfactoria alguno de los **c**riterios de evaluación o resultados de aprendizaje (RA) en la evaluación final primera. Su objetivo es reconducir el proceso de aprendizaje, atendiendo a las dificultades detectadas durante la evaluación continua.

Características:

- Individualizadas o en pequeños grupos, según las necesidades detectadas.
- Enfocadas en los RA no superados, con tareas específicas de aplicación práctica.
- Utilización de ejercicios de consolidación.
- La superación de estos RA pendientes permitirá la superación del módulo o en caso de no superarse de cara a la segunda evaluación final y definitiva, el alumno/a no superará de manera definitiva el módulo profesional.

Ejemplos de actividades de refuerzo:

- Ejercicios prácticos de aplicación de contenidos básicos.
- Revisión guiada de errores cometidos en pruebas o tareas anteriores.
- Tutorías individualizadas para reforzar competencias específicas.
- Actividades en classroom.

La asistencia en junio a clase para las actividades de refuerzo es obligatoria.

B) Actividades de mejora o ampliación (subir nota o profundizar)

Estas actividades se ofrecen al alumnado que haya alcanzado los resultados de aprendizaje, pero desee **mejorar su calificación**. El alumno/a que quiere mejorar su calificación **deberá solicitarlo por escrito, y en**

formulario que a tal efecto, le proporcionará el profesor.

Características:

- De carácter **voluntario.**
- Pueden contribuir a **incrementar la calificación final del módulo**, siempre que se evidencie un nivel de logro superior a los mínimos exigidos.

Ejemplos de actividades de mejora:

- Elaboración de un proyecto complementario o mejora de uno existente
- Investigación o análisis de casos reales.

La asistencia del alumnado para subir nota es solo puntual, no todo el mes de junio, por el tiempo necesario para poder demostrar la subida de nota en los RA que previamente le haya comunicado el profesor, **deben solicitar por escrito** su deseo de subir nota en el módulo profesional.

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

En el caso del grupo, hay alumnado censado como NEAE, se aplicarán los mismos **instrumentos y criterios de evaluación** que al resto del grupo, sin realizar **adaptaciones significativas ni ampliar el tiempo de examen**, adoptándose únicamente medidas que faciliten el acceso al currículo:

- Distribución de la clase en función de las necesidades del alumnado.
- No se le tendrán en cuenta las faltas de ortografía al calificar los contenidos escritos con alumnado que presente dislexia, garantizando así que la valoración se centre en el conocimiento, la comprensión y la aplicación de competencias profesionales, y no en dificultades específicas de lectoescritura.
- Explicar verbalmente las indicaciones de exámenes, prácticas o trabajos, además de proporcionarle por escrito dichas cosas
- Sesiones de orientación o aclaración de dudas sobre contenidos, planificación de actividades y estrategias de estudio, siempre que el alumno lo solicite.
- Explicación o resumen de textos técnicos o de lectura densa, facilitando la comprensión de conceptos clave.

l) La calificación final se obtendrá de la misma manera que para el resto del alumnado, garantizando igualdad de oportunidades y equidad en la evaluación.

m) La atención se centra en facilitar el aprendizaje y la comprensión de los contenidos, sin modificar los instrumentos ni la exigencia de los RA.

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.
- Cultura y conocimiento sobre la Unión Europea: siempre que sea posible, con especial hincapié en la empleabilidad que ello supone, y en la valoración positiva de la ciudadanía europea. Los instrumentos a utilizar pueden ser investigaciones, debates, visitas virtuales, y movilidad del alumnado dentro del programa Erasmus +
- 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 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: fundamental 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, 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, y de diseño de espacios y decoración. En general deberán usar el ordenador para trabajar en la plataforma Classroom, realizar búsquedas de información, actividades, trabajos, etc.

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
Participación en eventos de decoración y escaparatismo	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 analizar los sistemas basados en la nube y la aplicación práctica de la IA en

los entornos donde se enmarca el título.

Programación didáctica

Módulo	**Dinamización del Punto de Venta (1231)**
Ciclo	**CFGM Actividades Comerciales**
Curso	**Primero**
Familia	**Comercio y marketing**
Profesor/a	**Inés Ortiz Granel**
Curso	**2026/27**

IES Huerta Alta

Unión Europea
Fondo Social Europeo
"El FSE invierte en tu futuro"
JUNTA DE ANDALUCIA
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

El módulo profesional Dinamización del Punto de Venta, código 1231, se imparte en el primer curso del Ciclo Formativo de Grado Medio en Actividades Comerciales, de la familia profesional de Comercio y Marketing, en el IES Huerta Alta de Alhaurín de la Torre. Esta programación organiza la enseñanza del curso 2026/2027 para que el alumnado aprenda a distribuir el espacio comercial, gestionar el surtido y el lineal, diseñar publicidad y escaparates, planificar promociones y comprobar su eficacia.

La planificación anual comprende 128 horas, a razón de 4 horas semanales, conforme a la distribución horaria del ciclo recogida en el anexo de las Instrucciones de 26 de junio de 2024 de la Dirección General de Formación Profesional. El aprendizaje se articula en doce unidades de trabajo y seis resultados de aprendizaje, con actividades prácticas que integran seguridad, accesibilidad, comunicación comercial y sostenibilidad.

1.1. Concepto y Características de la Programación Didáctica

Como destacan referentes en didáctica como Miguel A. Zabalza y Pérez Corbacho, la Programación Didáctica (PD) es el instrumento de planificación pedagógica esencial que orienta la acción docente, sistematiza el proceso de enseñanza-aprendizaje y garantiza una práctica coherente y alejada de la improvisación. La PD actúa como brújula adaptativa que aterriza el diseño curricular oficial al contexto específico del aula y del entorno del centro escolar.

El diseño de esta PD se articula a través de los cuatro niveles de concreción curricular del sistema educativo español e inclusivo andaluz:

- **Primer Nivel (Diseño Curricular Base):** Normativa estatal y autonómica prescriptiva (Reales Decretos de Título y Órdenes de Currículo) que fijan los objetivos, contenidos y criterios de evaluación mínimos.
- **Segundo Nivel (Proyecto Educativo de Centro y PD):** Documentos de centro (PEC) y la presente Programación Didáctica del departamento de Comercio y Marketing, adaptando las directrices normativas al IES Huerta Alta.
- **Tercer Nivel (Programación de Unidades de Trabajo):** Planificación operativa del docente en el aula mediante las Unidades de Trabajo (UT), estructurando actividades, metodologías y recursos cotidianos.

1.2. 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.

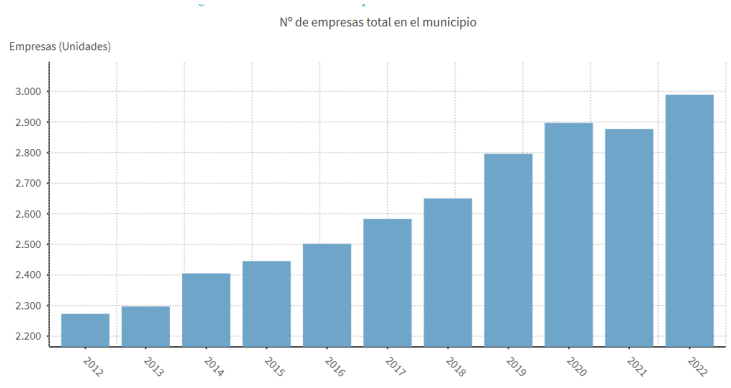
Con respecto a las comunicaciones Alhaurín de la Torre es accesible de las siguientes maneras: por el desvío de la N-340 Málaga-Cádiz: la A-404 dirección a Coín, a través de la autovía Campanillas-Parque Tecnológico sentido Cártama: salida a Churriana. y a través de la hiperronda de Málaga (MA-30), inaugurada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

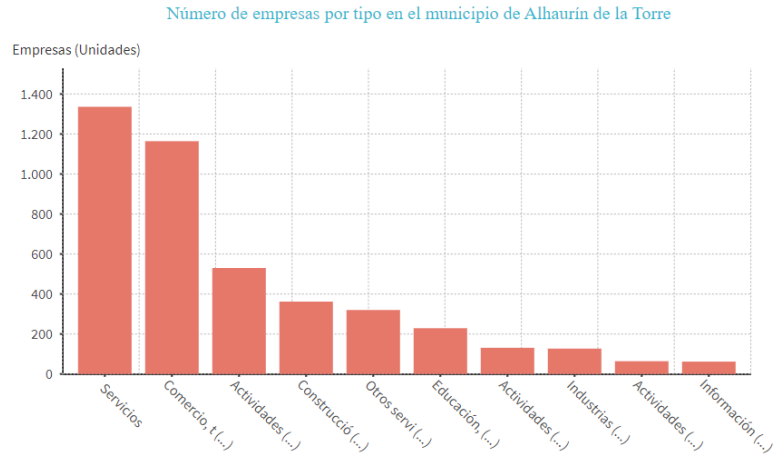
El nivel educativo refleja bajo analafabetismo solo 390 personas según el IAE, y siendo el mayor porcentaje el de personas que tienen la enseñanza secundaría o bachillerato, no existiendo gran número de licenciados (si muchos más diplomados) equiparando las cifras de licenciados a los titulados como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



1.3. 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.

1.4. Marco normativo actualizado.

La presente Programación Didáctica se fundamenta y adecúa de manera estricta al siguiente marco legal y normativo vigente para el curso 2026/2027:

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. 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. Ley 17/2007, de 10 de diciembre, de Educación 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 ECD/73/2013, de 23 de enero, por la que se establece el currículo del ciclo formativo de grado medio correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales.
11. Orden de 28 de julio de 2015, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales.

12. Decreto 327/2010, de 13 de julio, por el que se aprueba el Reglamento Orgánico de los Institutos de Educación Secundaria
13. Decreto 147/2025, de 17 de septiembre de 2025, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas de los Grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía
14. Orden de 18 de septiembre de 2025, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía
15. Orden de 26 de septiembre de 2025, por la que se regula la fase de formación en empresa u organismo equiparado de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional de la Comunidad Autónoma de Andalucía
16. Instrucciones de 20 de mayo de 2026 de la Dirección General de Formación Profesional y Educación Permanente, por la que se establecen aspectos relativos a la evaluación final del alumnado de las enseñanzas de los grados d y e del sistema de formación profesional para el curso 2025/2026 en los centros docentes de la comunidad autónoma de andalucía.

2.- Objetivos y Competencia

Los objetivos del módulo constituyen la 'Estrella Polar' del proceso formativo, definiendo los logros y capacidades profesionales que el alumnado debe alcanzar para desempeñarse con solvencia técnica en el mercado laboral. Se caracterizan por ser claros, contextualizados, evaluables y orientadores de toda la práctica docente.

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.

RA1 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 determinado métodos para reducir barreras psicológicas y físicas de acceso al establecimiento comercial.	Organización de la superficie comercial: -Normativa y trámites administrativos en la apertura e implantación. Registro. Licencias y trámites municipales y autonómicos. -Clasificación del comercio. Tipos de espacios comerciales. Recursos humanos y materiales en el punto de venta. Mobiliario 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 los 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.	-Comportamiento del cliente en el punto de venta. ● El proceso de decisión de compra. ● Determinantes internos del comportamiento del consumidor. Motivación. Percepción. Experiencia. Aprendizaje. Características personales. Actitudes. ● Condicionantes externos del comportamiento del consumidor. Entorno económico. Clases sociales. Grupos sociales. Familia, entre otros. -Técnicas de merchandising. Definición y objetivos. Merchandising de presentación, gestión, seducción y fidelización. - Organización del punto de venta. ● Estructura interior. Elementos básicos. ● Zonas calientes y zonas frías. Técnicas para transformar los puntos y zonas frías. ● Distribución de la superficie. Implantación de las secciones. Criterios. ● Distribución de los pasillos. Circulación del cliente. Itinerarios y velocidad. Disposición del mobiliario comercial.

RA2 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 clasificado los productos en familias, observando la normativa vigente. 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. 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	Colocación, exposición y reposición de los productos en la zona de venta: -Clasificación de productos por familias, gamas, categorías, posicionamiento, acondicionamiento y codificación entre otras. -Características técnicas, comerciales y psicológicas de los productos. -El Surtido. Caracterización del surtido. ● La amplitud, anchura y profundidad del surtido. -Estructura del surtido. -Objetivos, criterios de clasificación y tipos de surtido. -Elección de referencias. ● Métodos de determinación del surtido. Cuantitativos y cualitativos. ● Otros aspectos cualitativos. Productos complementarios, las marcas, entre otros. ● Gestión informatizada del surtido. Umbral de supresión de referencias. -Codificación y etiquetaje.

lineal. i) Se ha realizado la distribución y colocación de los productos en el lineal, aplicando técnicas de merchandising.	-Definición y funciones del linea -Zonas y niveles del lineal. Cambios en los niveles, efectos en el consumidor. -Sistemas de reparto del lineal. Según las ventas, la rotación, el beneficio, la cuota de mercado, el periodo de reaprovisionamiento, entre otros. -Tipos de exposiciones del lineal. Implantación vertical, horizontal y mixta entre otras. -Los facings. Reglas de implantación. ● Fase I. Planograma de implantación. ● Fase II. Implantación: Organización del trabajo, realización de los frentes, adecuación de estanterías, armonía visual, productos de atracción, productos complementarios y colocación final entre otros. -Lineal mínimo. Método de Cálculo. -Lineal óptimo. Variables para el cálculo nºóptimo de facings. Principios de optimización y Fases. -Tiempos de exposición. -Sistemas de reposición del lineal. Planograma de reposición. -Normativa vigente. Normativa CE comercio y etiquetaje. Normativa técnico-sanitaria. Seguridad e higiene.

RA3. 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 elaborado formas de cartelería acordes a cada posicionamiento y señalética. d) Se han asociado diferentes tipografías con los efectos que producen en el consumidor. 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. h) Se han aplicado las normas correspondientes a buenas prácticas publicitarias, evitando la publicidad engañosa.	Realización de publicidad en el lugar de venta: -La publicidad en el lugar de venta (PLV). Función y objetivos. -Formas publicitarias específicas de la publicidad en el lugar de venta (PLV). ● El mensaje publicitario. ● Manual de imagen corporativa, definición PLV propio. ● Publicidad de distribuidores y distribuidoras y de fabricantes. ● Tipos de elementos de publicidad. Stoppers, pancartas, displays y carteles, entre otros. -Cartelería en el punto de venta. Tipos y colocación. ● Técnicas de diseño y rotulación. ● Aplicaciones informáticas diseño gráfico. Diseño cartelería y PLV. ● Señalética interior y exterior. -Normativa de seguridad y prevención de riesgos laborales. Normativa de Publicidad.

RA4. Realiza los escaparates adecuados a las características esenciales de los establecimientos y cuida los elementos exteriores, aplicando técnicas profesionales.	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	**CONTENIDOS:** Desarrollo de actividades relacionadas con la venta de productos de alta gama
a) Se han argumentado las funciones y objetivos que puede tener un escaparate. b) Se han explicado los efectos psicológicos que producen en el consumidor las distintas técnicas utilizadas en escaparatismo. c) Se han definido los criterios de valoración del impacto que puede producir un escaparate en el volumen de ventas. d) Se han diseñado escaparates, aplicando los métodos adecuados y las técnicas precisas, según un boceto. 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 ha analizado un estudio en el que se analiza el diseño y montaje de escaparates en diferentes tipos de establecimientos comerciales. h) Se han montado escaparates con diferentes objetivos comerciales	Realización de escaparates y cuidado de elementos exteriores: - Elementos exteriores. Diseño de la fachada y comunicación publicitaria. Rótulo comercial, entrada y escaparate. - Normativa y trámites administrativos en la implantación externa. - El escaparate y la comunicación. Funciones y objetivos del escaparate, la fórmula AIDA. La percepción y la memoria selectiva. - El escaparate. Clases de escaparates, según criterios de clasificación (moda, ubicación y finalidad). - Eficacia del escaparate. Ratios de control. Ratio de atracción, de convicción, entre otros. - Diseño del escaparate. ● La imagen. La asimetría y la simetría. Las formas geométricas. ● Principios básicos diseño. Simplicidad, relieves, claridad, nitidez, homogeneidad, entre otros. ● 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. Limpieza, iluminación, colocación, rotación, precios, promoción, ambientación, entre otros. ● Principios de utilización y reutilización de materiales de campañas de escaparates. ● Bocetos de escaparates. La idea, el proyecto, la composición y la maqueta. ● Programas informáticos de diseño y distribución de espacios. - Montaje del escaparate. ● Planificación de actividades. Cronograma. ● Materiales y medios. Herramientas. ● Presupuesto de implantación de escaparate. Criterios económicos y

	comerciales en la implantación. ● Incidencias en la implantación. Medidas correctoras. ● Normativa de seguridad en el montaje de un escaparate y elementos exteriores.

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.	
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. - Políticas de comunicación. Qué decir, cómo, cuándo y dónde. - El mix de comunicación. pos y formas. ● Promoción de ventas, publicidad, relaciones públicas, entre otras. ● Elaboración de informes sobre política de comunicación utilizando aplicaciones informáticas. Planificación de medios, presupuesto, cronograma de promociones en el punto de venta. ● Ejecución de las campañas. - La promoción de ventas. Características y objetivos principales. ● Promociones de fabricante. Descuentos, muestras, PLV del fabricante, entre otras. ● Promociones de distribuidor. Viajes, premios, primas, entre otros. ● Promociones dirigidas al consumidor. Descuentos, vales, regalos, muestras, entre otros. Ventajas e inconvenientes de cada tipo. Productos gancho y productos estrella, su uso promocional. - La publicidad en el lugar de venta. ● Efectos psicológicos y sociológicos de las promociones en el consumidor. Ética y buenas prácticas promocionales. ● Comunicación y creación de ambiente en el punto de venta. Objetivos. Tipos de comunicación, permanente e intermitente. Medios físicos, psicológicos, de estímulo y personales. ● Publicidad en el lugar de venta. Carteles. Megafonía. Expositores. Embalajes de presentación. - Relaciones públicas. Objetivos. Principales actividades. - Efectos psicológicos y sociológicos de las promociones en el consumidor. - Normativa de seguridad e higiene en la realización de promociones de ventas.

RA6. 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 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.	Aplicación de métodos de control de acciones de merchandising: - Adecuación promocional al establecimiento y a la planificación anual, mensual o semanal. El modelo BDP, beneficio directo del producto. - Criterios de control de las acciones promocionales. ● Criterios cuantitativos y cualitativos. ● 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. Índice de intensidad promocional, de efectividad promocional, de coste y de eficacia con respecto a la categoría, entre otros. ● Elaboración de informes. Aplicación de medidas correctoras.

Temporalización de los Resultados de Aprendizaje.

RESULTADO DE APRENDIZAJE	1T	2T	2T-Eval final
1. Organiza la superficie comercial, aplicando técnicas de optimización de espacios y criterios de seguridad e higiene.	x		
2. Coloca, expone y repone los productos en la zona de venta, atendiendo a criterios comerciales, condiciones de seguridad y normativa vigente.			x RA DUAL
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	
6. Aplica métodos de control de acciones de merchandising, evaluando los resultados obtenidos.		x	

4.- Metodología.

La metodología del módulo **Dinamización del punto de venta (1231)** se orientará al desarrollo de las competencias necesarias para organizar espacios comerciales, presentar productos, elaborar elementos de publicidad, diseñar y montar escaparates, plantear promociones y evaluar sus resultados.

El proceso de enseñanza-aprendizaje combinará tres pilares: **las clases magistrales con explicaciones y demostraciones del profesorado, el trabajo cooperativo en el aula y la aplicación práctica de los contenidos**. Se pretende que el alumnado comprenda los fundamentos de las técnicas de merchandising y sea capaz de aplicarlas a situaciones propias de un establecimiento comercial.

Las explicaciones introducirán conceptos y procedimientos mediante ejemplos visuales, documentos comerciales y demostraciones. A continuación, el alumnado realizará actividades guiadas y tareas progresivamente autónomas, como distribuir una superficie de venta, interpretar un planograma, elaborar cartelería o preparar un escaparate.

El aula y los espacios de prácticas disponibles se utilizarán como entornos de simulación comercial. Se trabajará con productos, envases, mobiliario, materiales decorativos y herramientas digitales para representar situaciones próximas al desempeño profesional.

Como hilo conductor, se podrán desarrollar propuestas sucesivas de dinamización para un establecimiento real o simulado. Estas permitirán relacionar la organización del espacio, la presentación del surtido, la comunicación visual y las promociones con los objetivos comerciales y las características de la clientela.

Se combinarán tareas individuales y grupales. En los equipos se distribuirán y rotarán responsabilidades de diseño, selección de materiales, preparación, montaje y revisión, de manera que todos los integrantes practiquen los procedimientos esenciales.

La seguridad, la accesibilidad, la sostenibilidad y la veracidad de los mensajes comerciales se incorporarán a todas las fases del trabajo. Las propuestas se revisarán tanto por su calidad visual como por su funcionalidad, viabilidad y adecuación comercial.

4.2. Principios metodológicos aplicados a Dinamización del punto de venta

La práctica docente se fundamentará en los siguientes doce principios:

1. Desarrollo del pensamiento analítico, crítico y creativo. Se promoverá la observación de establecimientos, recorridos, lineales y escaparates para identificar problemas y proponer mejoras. El alumnado deberá justificar sus decisiones atendiendo al público, los productos, los objetivos comerciales y los recursos disponibles.

2. Evaluación continua y orientación del aprendizaje. Se realizará un seguimiento de bocetos, cálculos, diseños y montajes. La retroalimentación permitirá corregir dificultades durante el proceso y mejorar las propuestas antes de su presentación definitiva.

3. El aula como espacio de trabajo profesional. Las prácticas reproducirán tareas habituales de un establecimiento: organizar mobiliario, colocar productos, preparar carteles, montar elementos decorativos y comprobar resultados. Se fomentarán el orden, la limpieza, la planificación y el cuidado de los materiales.

4. Relación con conocimientos previos e interdisciplinariedad. Se partirá de las experiencias de compra del alumnado y de sus conocimientos sobre productos y establecimientos. Se establecerán conexiones con otros aprendizajes del ciclo relacionados con el marketing, la venta, las compras, la gestión del comercio y las aplicaciones informáticas.

5. Inclusión y respuesta a la diversidad. Se ofrecerán explicaciones secuenciadas, guías visuales, modelos y plantillas. Se ajustarán los apoyos a los distintos ritmos de aprendizaje, facilitando la participación en las tareas de diseño, cálculo, montaje y exposición.

6. Motivación mediante retos concretos. Las unidades se introducirán con problemas cercanos: mejorar una zona poco transitada, destacar un producto, hacer más comprensible una promoción o diseñar un escaparate estacional. Se explicará la utilidad de cada tarea y el producto esperado.

7. Cooperación y responsabilidad individual. Los equipos repartirán funciones y revisarán sus acuerdos. Las responsabilidades rotarán para evitar que el alumnado se limite a las tareas que ya domina. Cada estudiante deberá explicar sus aportaciones y comprender la propuesta conjunta.

8. Conexión con el entorno comercial. Se analizarán ejemplos de comercios del entorno, sus escaparates, promociones y formas de presentar los productos. Las propuestas tendrán en cuenta las condiciones de un pequeño establecimiento y la necesidad de optimizar espacios y recursos.

9. Planificación flexible y mejora progresiva. Las actividades podrán ajustarse a los materiales disponibles, las campañas estacionales y las necesidades del grupo. Los cambios se aprovecharán para aprender a resolver incidencias sin perder de vista los objetivos y criterios de calidad.

10. Autonomía, autoevaluación y coevaluación. El alumnado utilizará listas de comprobación y rúbricas para revisar sus diseños y montajes. Se fomentará la valoración razonada de la funcionalidad, la coherencia visual, la seguridad y la eficacia comercial.

11. Integración de herramientas digitales. Se utilizarán aplicaciones de diseño, documentos y hojas de cálculo para elaborar planos sencillos, carteles, presupuestos e informes. Las herramientas digitales complementarán el trabajo manual y facilitarán la revisión de alternativas.

12. Comunicación profesional y rigor documental. Se cuidarán la claridad de los mensajes comerciales, la corrección de los textos y la presentación de los trabajos. El alumnado recogerá sus decisiones, cálculos y evidencias en un portfolio y defenderá oralmente las propuestas realizadas.

4.3. Estrategias de enseñanza-aprendizaje en el aula

Los principios anteriores se concretarán en once estrategias:

1. Exploración de conocimientos previos. Se utilizarán preguntas, fotografías y pequeños supuestos para conocer las ideas iniciales sobre distribución comercial, presentación de productos, escaparates y promociones. Se analizarán experiencias cotidianas de compra como punto de partida.

2. Explicación docente y demostración práctica. El profesorado introducirá los conceptos y mostrará procedimientos como interpretar un plano, organizar un lineal, combinar colores, preparar un soporte o calcular un indicador. Las demostraciones irán seguidas de una aplicación por parte del alumnado.

3. Aprendizaje mediante la práctica. Se realizarán tareas de diseño, colocación, rotulación y montaje. El alumnado comprobará cómo las decisiones sobre espacio, altura, iluminación, color o mensaje afectan al resultado y propondrá ajustes.

4. Análisis de casos comerciales. Se compararán distribuciones, lineales, carteles y escaparates para identificar ventajas, dificultades y posibles mejoras. Las opiniones deberán apoyarse en criterios comerciales, visuales y funcionales.

5. Desarrollo progresivo de propuestas integradas. Se relacionarán las tareas mediante un establecimiento de referencia. La distribución del espacio condicionará el mobiliario y la exposición; la campaña determinará la cartelería y el escaparate; y los objetivos servirán para valorar los resultados.

6. Trabajo cooperativo con reparto de funciones. En las prácticas se asignarán tareas de medición, diseño, preparación de materiales, montaje y revisión. Se acordarán plazos y se comprobará la participación de cada integrante.

7. Observación e investigación del entorno. Se realizarán análisis de comercios mediante visitas, recorridos de observación o materiales facilitados por el profesorado. Se recogerán ejemplos de circulación, señalización, exposición y promociones, respetando las condiciones de acceso y uso de imágenes.

8. Representación visual y elaboración de prototipos. Se utilizarán planos, bocetos, planogramas, maquetas y composiciones digitales para anticipar las propuestas. Estas representaciones permitirán detectar dificultades antes del montaje y aprovechar mejor los materiales.

9. Materiales de apoyo en Classroom. Se compartirán esquemas, ejemplos, guías de procedimientos, plantillas y listas de comprobación. El aula virtual facilitará el seguimiento de las tareas, las entregas y la retroalimentación.

10. Preguntas abiertas y defensa de decisiones. El alumnado explicará por qué coloca un producto en una determinada zona, elige una tipografía o propone una promoción. Se fomentarán la argumentación, la escucha y la aceptación de observaciones fundamentadas.

11. Comprobación de resultados y mejora. Se compararán las propuestas con los objetivos y se interpretarán datos reales o simulados. El alumnado elaborará conclusiones y medidas correctoras, diferenciando una valoración estética de una evaluación de eficacia comercial.

4.4. Tipos de actividades

A) Actividades de introducción y motivación

Se realizarán al comienzo de las unidades para activar conocimientos previos y despertar el interés. Se utilizarán actividades como comparar dos escaparates, identificar obstáculos en un recorrido comercial, detectar errores en un cartel o debatir por qué determinados productos ocupan posiciones destacadas.

También se presentarán distintos ejemplos de lo que se trabajará en el aula a lo largo del tema y se explicará la relación entre las unidades y los RA, ya que se seguirá una temporalización basada en la metodología del libro donde algunos temas implican varios RA.

B) Actividades de desarrollo o productivas

Constituirán el núcleo del trabajo de cada unidad y se organizarán de la siguiente manera:

- **Descubrimiento dirigido:** análisis de ejemplos con ayuda del profesorado para reconocer zonas frías y calientes, tipos de mobiliario, niveles del lineal, elementos de publicidad, composiciones de escaparates y técnicas promocionales. Se utilizarán guías y materiales seleccionados para el módulo.
- **Aplicación práctica:** elaboración de planos sencillos de distribución; clasificación del surtido; interpretación y preparación de planogramas; colocación y reposición de productos; diseño de carteles y señalética; elaboración de bocetos, presupuestos y montajes de escaparates; planificación de promociones y cálculo de indicadores.
- **Consolidación:** revisión de los aprendizajes anteriores en cada tarea. Por ejemplo, al colocar productos se comprobará su relación con el recorrido y la familia comercial; al diseñar un cartel, se revisará su coherencia con la imagen del establecimiento; y al preparar una promoción, se recuperarán los objetivos y el presupuesto.
- **Investigación:** estudio de establecimientos del entorno y comparación de soluciones de distribución, exposición, decoración y promoción. Se analizará la adecuación de los ejemplos al tipo de comercio y a su clientela.
- **Tratamiento de elementos transversales:** revisión de accesibilidad, seguridad, sostenibilidad, igualdad y veracidad publicitaria. Se promoverán la reutilización de materiales y la elaboración de mensajes claros y no engañosos.
- **Gestión de la información:** búsqueda y selección de referencias visuales, consulta de catálogos y precios, organización de archivos, elaboración de fichas y registro de fuentes, presupuestos y versiones de los diseños.
- **Montaje y comprobación:** preparación de materiales y herramientas, reparto de

tareas, ejecución del montaje y revisión del resultado. Se documentarán las incidencias y las soluciones aplicadas, incluyendo el desmontaje y la conservación de materiales.

C) Actividades interdisciplinares

Se podrán coordinar tareas con otros módulos del ciclo para aplicar aprendizajes relacionados. Por ejemplo, la selección de productos y proveedores podrá utilizarse para organizar un lineal, mientras que el análisis del público y de los objetivos comerciales servirá para diseñar una promoción.

También se podrán relacionar las acciones del establecimiento con su comunicación digital, manteniendo la coherencia de mensajes, precios e imagen.

Cuando proceda, las propuestas contribuirán al Proyecto Intermodular o a iniciativas comerciales del centro mediante planos, cartelería, escaparates, presupuestos y acciones de animación.

D) Actividades de ampliación y profundización

Se propondrán al alumnado que alcance con solvencia los aprendizajes previstos. Podrán consistir en adaptar una distribución a otro público, comparar dos implantaciones de productos, diseñar variantes de un escaparate o analizar distintos escenarios de resultados promocionales.

Estas actividades profundizarán en los aprendizajes del módulo y no sustituirán las tareas necesarias para acreditar los criterios de evaluación. Se priorizarán soluciones que puedan realizarse con los recursos disponibles.

E) Actividades de refuerzo

Se dirigirán al alumnado que necesite apoyo para comprender o aplicar determinados contenidos. Se utilizarán planos parcialmente resueltos, plantillas de cartelería, ejemplos de planogramas, guías de montaje y hojas de cálculo simplificadas.

Se podrán realizar tareas breves, como identificar zonas frías y calientes, corregir una etiqueta, distribuir una familia de productos, mejorar la legibilidad de un cartel o calcular un indicador siguiendo un ejemplo.

Los apoyos se retirarán progresivamente conforme el alumnado adquiera autonomía.

F) Actividades de evaluación

Permitirán recoger evidencias del progreso y del grado de consecución de los aprendizajes. Entre ellas se incluirán:

- Propuesta de organización de una superficie comercial, con justificación de distribución, circulación, accesibilidad y seguridad, vinculada al **RA1**.
- Clasificación del surtido, interpretación de planogramas y prácticas de colocación, exposición y reposición, vinculadas al **RA2**.
- Elaboración y montaje de elementos decorativos, señalética, rótulos y carteles, vinculados al **RA3**.

- Diseño, presupuesto, planificación y montaje de escaparates, vinculados al **RA4**.
- Selección y programación de acciones promocionales según objetivos y recursos, vinculadas al **RA5**.
- Cálculo de ratios, interpretación de resultados y elaboración de informes de mejora, vinculados al **RA6**.
- Resolución individual de supuestos y defensa oral de las decisiones adoptadas.

Se combinarán la observación, las producciones prácticas, el portfolio y las comprobaciones individuales. Google Classroom facilitará la comunicación de instrucciones, plazos y retroalimentación.

En las tareas grupales se recogerán evidencias de la aportación y el aprendizaje de cada integrante. Se valorarán tanto el resultado como los procedimientos empleados, incluyendo la planificación y exposición.

G) Actividades de recuperación

Se diseñarán a partir de los criterios de evaluación no superados. El alumnado recibirá indicaciones sobre las dificultades detectadas y las tareas necesarias para acreditar su mejora.

Según los aprendizajes pendientes, se podrá solicitar la corrección de una distribución comercial, una nueva práctica de implantación, la revisión de cartelería, un montaje específico, la reformulación de una promoción o un nuevo informe de resultados.

Se combinarán actividades de preparación con una comprobación individual, conforme a los procedimientos establecidos por el centro.

H) Actividades vinculadas al entorno empresarial

Al tener el módulo un carácter DUAL, en la empresa se realizarán actividades en el entorno real de trabajo, serán evaluadas por los tutores duales 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
UT0. PRL	2 horas	**Primer trimestre**	1h, 3g, 4g
UT1. La distribución comercial	8 horas	**Primer trimestre**	1a, 1i
UT2. El cliente	10 horas	**Segundo trimestre**	1b y 5b
UT3. La comunicación y el merchandising	10 horas	**Primer trimestre**	1c y 3a, 3b,

UT4. Elementos exteriores del punto de venta. El escaparate	14 horas	**Segundo trimestre**	3f y 4a, 4c,
UT5. Técnicas de escaparatismo	10 horas	**Segundo trimestre**	4b, 4d, 4f
UT6. El montaje del escaparate	10 horas	**Segundo trimestre**	4e, 4h
UT7. La organización de la superficie comercial	10 horas	**Primer trimestre**	1d, 1e, 1f, 1g,
UT8. El surtido	10 horas DUAL	**Segundo trimestre y Eval. Final**	2a, 2b, 2c, 2d
UT9. El lineal	10 horas DUAL	**Segundo trimestre y Eval. Final**	2e, 2f, 2g, 2h, 2i
UT10. Promociones de ventas	14 horas	**Segundo trimestre**	5a, 5c, 5d, 5e y 6a, 6b,
UT11. Publicidad en el lugar de venta	10 horas	**Primer trimestre**	3c, 3d, 3e, 3h
UT12. Análisis de las acciones de merchandising	10 horas	**Segundo trimestre**	6c, 6d, 6e
TOTAL HORAS	128 horas		

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

Dentro del marco legal de la Orden de 18 de septiembre de 2025, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía, se evaluará cada uno de los siguientes resultados de aprendizaje mediante las evidencias descritas en las siguientes tablas, atendiendo a lo siguientes **procedimientos, técnicas e instrumentos de evaluación:**

La evaluación del módulo se llevará a cabo mediante procedimientos, técnicas e instrumentos variados, flexibles, accesibles y adaptados a las características del

alumnado, asegurando una valoración continua y global del grado de consecución de los resultados de aprendizaje y de los criterios de evaluación asociados.

Para cada criterio de evaluación se aplicarán distintos instrumentos que permitan observar el progreso competencial del alumnado desde diferentes perspectivas.

Procedimientos de evaluación:

- Observación sistemática del desempeño del alumnado en actividades individuales y grupales.
- Valoración continua de los trabajos, proyectos y tareas realizadas en el aula o en entornos simulados.
- Revisión y análisis de evidencias de aprendizaje (portafolios, informes, presentaciones, productos finales, pruebas prácticas…).
- Autoevaluación y coevaluación como estrategias de reflexión y mejora del propio proceso de aprendizaje.

Técnicas de evaluación:

- Observación directa y registro de actitudes, destrezas y comportamientos.
- Análisis de producciones escritas y digitales.
- Resolución de casos prácticos y situaciones simuladas.
- Entrevistas o tutorías individualizadas para recoger información cualitativa del proceso.

Instrumentos de evaluación:

- Rúbricas específicas para cada resultado de aprendizaje.
- Listas de cotejo (checklists) para el control del progreso.
- Portafolio de evidencias.
- Guía de corrección
- Cuaderno del profesor/a como registro de observaciones y calificaciones parciales.

Estos instrumentos se seleccionarán de forma coherente con las actividades de enseñanza-aprendizaje y permitirán la recogida de información válida y fiable, garantizando la accesibilidad para todo el alumnado y la posibilidad de ajustes

metodológicos según sus necesidades.

RA1 Organiza la superficie comercial, aplicando técnicas de optimización de espacios y criterios de seguridad e higiene. Peso 20%				
Criterio de evaluación	**Procedimiento**	**Técnica**	**Instrumento**	**Peso 20%**
a) Se han identificado los trámites oportunos para la obtención de licencias y autorizaciones de elementos externos en la vía pública. 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.	Casos prácticos Observación	Análisis de producciones Observación directa	Rúbrica analítica Cuaderno del profesor	8%
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 los 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.	Prueba teórica - Test	Revisión de la prueba	Guía de corrección	12%

RA2 Coloca, expone y repone los productos en la zona de venta, atendiendo a criterios comerciales, condiciones de seguridad y normativa vigente. Peso 10% FEEOE				
Criterio de evaluación	**Procedimiento**	**Técnica**	**Instrumento**	**Peso 10%**
a) Se han clasificado los productos en familias, observando la normativa vigente. 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. 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. i) Se ha realizado la distribución y colocación de los productos en el lineal, aplicando técnicas de merchandising.	Casos prácticos Observación	Análisis de producciones Observación directa	Rúbrica analítica Cuaderno del profesor	10%

RA3 Realiza trabajos de decoración, señalética, rotulación y cartelería, aplicando técnicas de publicidad y animación en el punto de venta. Peso 20%				
Criterio de evaluación	**Procedimiento**	**Técnica**	**Instrumento**	**Peso 20%**
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 elaborado formas de cartelería acordes a cada posicionamiento y señalética. d) Se han asociado diferentes tipografías con los efectos que producen en el consumidor. 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. h) Se han aplicado las normas correspondientes a buenas prácticas publicitarias, evitando la publicidad engañosa.	Casos prácticos Observación	Análisis de producciones Observación directa	Rúbrica analítica Cuaderno del profesor	20%

RA4 Realiza los escaparates adecuados a las características esenciales de los establecimientos y cuida los elementos exteriores, aplicando técnicas profesionales. Peso 20%				
Criterio de evaluación	**Procedimiento**	**Técnica**	**Instrumento**	**Peso 20%**
a) Se han argumentado las funciones y objetivos que puede tener un escaparate. b) Se han explicado los efectos psicológicos que producen en el consumidor las distintas técnicas utilizadas en escaparatismo. c) Se han definido los criterios de valoración del impacto que puede producir un escaparate en el volumen de ventas.	Prueba teórica - Test	Revisión de la prueba	Guía de corrección	8%
d) Se han diseñado escaparates, aplicando los métodos adecuados y las técnicas precisas, según un boceto. 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 ha analizado un estudio en el que se analiza el diseño y montaje de escaparates en diferentes tipos de establecimientos comerciales. h) Se han montado escaparates con diferentes objetivos comerciales.	Casos prácticos Observación	Análisis de producciones Observación directa	Rúbrica analítica Cuaderno del profesor	12%

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. Peso 15%				
Criterio de evaluación	**Procedimiento**	**Técnica**	**Instrumento**	**Peso 15%**
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.	Prueba teórica - Test	Revisión de la prueba	Guía de corrección	15%

RA6 Aplica métodos de control de acciones de merchandising, evaluando los resultados obtenidos. Peso 15%				
Criterio de evaluación	**Procedimiento**	**Técnica**	**Instrumento**	**Peso 15%**
a) Se ha establecido el procedimiento de obtención del valor de los ratios de control. 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.	Prueba teórica - Test	Revisión de la prueba	Guía de corrección	15%

PROCESO DE EVALUACIÓN EN LOS CICLOS FORMATIVOS DE GRADO D Y E

Todos los módulos de los ciclos formativos se rigen por la Orden de 18 de septiembre de 2025, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

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:

- La superación de cualquier módulo profesional requiere la evaluación positiva de todos los resultados de aprendizaje (RA) que lo componen, sean o no formación en la empresa.En consecuencia, la calificación final del módulo será positiva únicamente cuando el alumno o alumna haya alcanzado de forma satisfactoria todos los RA, conforme a los criterios de evaluación establecidos para cada uno de ellos. Esto incluye también al módulo de proyecto intermodular
- Se necesitará obtener como mínimo una puntuación de **5 puntos, utilizando una evaluación criterial para aprobar cada una de ellas**
- 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.
- 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. Esto incluye el uso de la IA, internet o dispositivos móviles cuando no haya sido aprobado su uso por el docente, este utilizará los instrumentos correspondientes para garantizar que se realizó tal uso indebido.
- Para superar el módulo se han de aprobar todas las pruebas teórico-prácticas.
- 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 contínua: En virtud de lo establecido del artículo 27.5 y 27.6 del Decreto 147/2025, de 17 de septiembre, la evaluación continua de los aprendizajes requerirá la asistencia regular y obligatoria, tanto en el centro docente como en la fase de formación en empresa u organismo equiparado, de al menos el 80 por ciento de la duración total del módulo, ámbito o proyecto, a partir de la fecha en la que el alumnado se haya matriculado, teniendo que superar en junio todos los RA y criterios de evaluación de dicho módulo en el que se ha perdido la evaluación continua.

D) Baja de oficio: De conformidad con lo dispuesto en el artículo 26.5 del Decreto 147/2025, de 17 de septiembre, los centros docentes sostenidos con fondos públicos iniciarán el procedimiento de anulación de oficio de la matrícula en las ofertas formativas de grados D o E si, una vez iniciadas las actividades lectivas y transcurridos cinco días hábiles, se observase la no incorporación o la inasistencia injustificada y reiterada del alumnado a las mismas. Dicho procedimiento podrá incoarse hasta el 15 de noviembre de cada año. Asimismo, a partir del 15 de noviembre podrá procederse igualmente a la anulación de oficio de la matrícula en aquellos casos en que el alumnado acumule un mínimo de cuarenta y cinco días hábiles de inasistencia injustificada en el conjunto de los módulos en que estuviera matriculado.

E) 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 de los módulos profesionales correspondientes además del que consta en 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 la formación en empresa de este módulo es la siguiente, siendo la actividad destinada :

Ítem (describe detalladamente)	CEV	% RA	no lo ha hecho	No se ha realizado	No sabe hacerlo	Sabe hacerlo con ayuda	Sabe hacerlo de manera autónoma	Sabe hacerlo de manera autónoma y es capaz de ayudar a otros
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, f	25%	☐	☐	☐	☐	☐	☐
4. El alumno/a reconoce e identifica qué productos tienen una mayor rotación	d, e,	25%	☐	☐	☐	☐	☐	☐
5. El alumno/a sabe identificar planogramas de implantación y reposición de productos en el lineal.	g, h, i	25%	☐	☐	☐	☐	☐	☐
			☐	☐	☐	☐	☐	☐

Para llevar a cabo la valoración con esta rúbrica se propone al centro de trabajo que el alumno realice como actividad formativa un briefing de un cliente real tomando en cuenta los cinco ítems que se señalan, en el caso de que no haga un briefing propiamente dicho se puede valorar este RA atendiendo a cualquier campaña o contenido que el alumnado haya desarrollado en el centro de trabajo adaptado a un público en consonancia a las indicaciones de un cliente.

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, si el trabajo es en grupo, 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.

Proceso de evaluación de los RA en formación en empresa

La persona que ejerza la tutoría dual en la empresa registrará la evolución del alumnado respecto a los RA y criterios de evaluación aplicables en el módulo correspondiente. Esta valoración se realizará mediante instrumentos específicos: rúbricas cualitativas como el ejemplo que acabamos de ver.

La información recogida por el tutor de empresa se trasladará al profesor responsable del módulo para integrarla en el procedimiento global de evaluación, complementando la

evaluación realizada en el centro educativo.

La calificación final del módulo tendrá en cuenta, de manera parcial y ponderada, la valoración realizada por el tutor dual de empresa, asegurando que la experiencia práctica forme parte del proceso de calificación.

La coordinación entre tutor de empresa y profesor del centro será continua, mediante informes periódicos, reuniones y diarios de prácticas y asistencia del alumnado.

El responsable último de la calificación numérica recibida en el RA de empresa es el profesor responsable del módulo.

Recuperación de los RA no superados en la fase de formación en empresa

En caso de que algún alumno/a no pueda desarrollar alguno de los resultados de aprendizaje previstos en su plan de formación individual o no los supere en el centro de trabajo (durante la fase de formación en empresa u organismo equiparado), tendrá que desarrollar un proyecto entregable consistente en la elaboración de un argumentario de ventas correctamente estructurado y justificado.

El profesor facilitará el material teórico y las explicaciones necesarias para que pueda desarrollarlo entre las evaluaciones final primera y final segunda (junio) en caso de no haber sido superado dicho RA, siendo el instrumento empleado para evaluarlo una rúbrica, este proyecto tendrá que tener una nota igual o superior al cinco para poder superar el RA vinculado a la fase de formación en empresa, en caso contrario ni el RA ni el módulo finalmente quedarían superados, estando suspenso o suspensa en la segunda evaluación final y definitiva del curso.

Este procedimiento también tendrá lugar si el tutor dual de empresa nos manifiesta en sus rúbricas de evaluación que no se ha desarrollado dicho RA en empresa, en este caso el alumnado no tendrá que esperar al mes de junio para poder desarrollar el proyecto, pudiendo entregarlo antes de la primera evaluación final

Instrumentos de evaluación para alumnado con pérdida de evaluación continua

Para el alumnado que no haya superado la evaluación continua se establecerá un periodo de recuperación individualizado entre la evaluación inicial final primera y segunda, estructurado en dos semanas, si bien también puede presentarse a la convocatoria antes de la primera evaluación final (entregas y pruebas correspondientes a toda la materia) siempre que lo solicite por adelantado y en tiempo y forma, en caso de no aprobar pasaría a tener otra oportunidad en la segunda evaluación final.

Con respecto al periodo de recuperación individualizado entre la evaluación inicial final primera y segunda:

Cada semana se centrará en temas específicos, incluyendo la realización de ejercicios prácticos y dudas y explicaciones de las entregas de proyectos

Los instrumentos seleccionados permitirán valorar de manera objetiva la adquisición de los RA no alcanzados por la pérdida de la evaluación continua. Entre ellos se incluyen:

- Pruebas escritas y prácticas correspondientes a los temas de cada semana
- Entrega de trabajos o ejercicios desarrollados durante la recuperación, con criterios de corrección previamente definidos
- Rúbricas para la valoración de competencias y procedimientos aplicados en cada actividad y guías de corrección de pruebas teórica-prácticas.
- Cuaderno de seguimiento y registro del progreso del alumnado, anotando resultados, incidencias y observaciones del docente.

La superación del módulo estará condicionada a que el alumnado supere todas las pruebas y entregas de los temas correspondientes a los dos trimestres, incluidos los RA que van a empresa, que anteriormente se ha expuesto cómo se recupera.

Periodo entre las evaluaciones final primera y final segunda

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 o para subir calificaciones, o cómo se ha explicado por la pérdida de evaluación continua. Se desarrollaran:

A) Actividades de refuerzo (recuperación de resultados no alcanzados)

Estas actividades estarán dirigidas al alumnado que no haya alcanzado de forma satisfactoria alguno de los **c**riterios de evaluación o resultados de aprendizaje (RA) en la evaluación final primera.
Su objetivo es reconducir el proceso de aprendizaje, atendiendo a las dificultades detectadas durante la evaluación continua.

Características:

- Individualizadas o en pequeños grupos, según las necesidades detectadas
- Enfocadas en los RA no superados, con tareas específicas de aplicación práctica.
- Utilización de ejercicios de consolidación
- La superación de estos RA pendientes permitirá la superación del módulo o en caso de no superarse de cara a la segunda evaluación final y definitiva, el alumno/a no superará de manera definitiva el módulo profesional

Ejemplos de actividades de refuerzo:

- Ejercicios prácticos de aplicación de contenidos básicos
- Revisión guiada de errores cometidos en pruebas o tareas anteriores
- Tutorías individualizadas para reforzar competencias específicas
- Actividades en aula virtual

La asistencia en junio a clase para las actividades de refuerzo es obligatoria.

B) Actividades de mejora o ampliación (subir nota o profundizar)

Estas actividades se ofrecen al alumnado que haya alcanzado los resultados de aprendizaje, pero desee **mejorar su calificación**

Características:

- De carácter **voluntario**
- Pueden contribuir a **incrementar la calificación final del módulo**, siempre que se evidencie un nivel de logro superior a los mínimos exigidos.

Ejemplos de actividades de mejora:

- Elaboración de un proyecto complementario o mejora de uno existente
- Desarrollo de una propuesta creativa, campaña o simulación avanzada
- Investigación o análisis de casos reales de empresas del sector

La asistencia del alumnado para subir nota es solo puntual, no todo el mes de junio, por el tiempo necesario para poder demostrar la subida de nota en los RA que previamente le haya comunicado el profesor, deben solicitar por escrito su deseo de subir nota en el módulo profesional.

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

En el caso del grupo, hay alumnado censado como NEAE, se aplicarán los mismos **instrumentos y criterios de evaluación** que al resto del grupo, sin realizar **adaptaciones significativas ni ampliar el tiempo de examen**, adoptándose medidas que faciliten el acceso al currículo:

- Distribución de la clase en función de las necesidades del alumnado.
- No se le tendrán en cuenta las faltas de ortografía al calificar los contenidos escritos con alumnado que presente dislexia, garantizando así que la valoración se centre en el conocimiento, la comprensión y la aplicación de competencias profesionales, y no en dificultades específicas de lectoescritura.
- Explicar verbalmente las indicaciones de exámenes, prácticas o trabajos, además de proporcionarle por escrito dichas cosas.
- Sesiones de orientación o aclaración de dudas sobre contenidos, planificación de actividades y estrategias de estudio, siempre que el alumno lo solicite.
- Explicación o resumen de textos técnicos o de lectura densa, facilitando la comprensión de conceptos clave.
- La calificación final se obtendrá de la misma manera que para el resto del alumnado, garantizando igualdad de oportunidades y equidad en la evaluación.
- La atención se centra en facilitar el aprendizaje y la comprensión de los contenidos, sin modificar los instrumentos ni la exigencia de los RA.

7.- Transversalidad.

En el desarrollo de esta programación didáctica del módulo **Dinamización del punto de venta (1231)**, del ciclo de Actividades Comerciales, se fomentará la educación en valores para preparar al alumnado para su incorporación al mundo laboral y su participación responsable en la sociedad.

Estos valores se integrarán en la organización de la superficie comercial, la exposición de productos, la elaboración de cartelería, el montaje de escaparates, la planificación de promociones y la evaluación de resultados. Se trabajarán mediante las explicaciones del profesorado, el análisis de casos, las actividades cooperativas y las prácticas, atendiendo a los siguientes ejes:

- **Educación para la Prevención de Riesgos Laborales (EPRL):** Se concienciará al alumnado sobre la importancia de trabajar en condiciones de seguridad durante la colocación de productos, la preparación de materiales y el montaje y desmontaje de elementos decorativos y escaparates. Se promoverán el uso adecuado de herramientas, la manipulación segura de cargas, la estabilidad de expositores y la conservación de zonas de paso despejadas. Antes de cada práctica se identificarán los riesgos y las medidas preventivas necesarias. También se fomentarán el orden, la limpieza y la organización del puesto de trabajo.
- **Educación para un Consumo Responsable (ECR):** Se analizará la influencia de la presentación de productos, los escaparates y las promociones en las decisiones de compra. El alumnado elaborará mensajes claros y veraces sobre precios, características y condiciones de las ofertas, evitando prácticas engañosas o que dificulten una elección informada. Se valorarán la utilidad, la calidad y la durabilidad de los productos, así como las consecuencias sociales y ambientales del consumo. Las propuestas de dinamización deberán conciliar los objetivos comerciales con el respeto a la clientela.
- **Educación en Hábitos de Lectura y de Mejora de la Expresión Oral y Escrita (EHL):** Se potenciará la lectura comprensiva de catálogos, etiquetas, instrucciones de montaje, fichas de productos y documentación comercial. Se trabajarán la selección de información relevante y el uso adecuado del vocabulario técnico del módulo. La elaboración de carteles, mensajes promocionales, memorias e informes permitirá mejorar la ortografía, la claridad y la precisión. Las exposiciones de diseños y la justificación de propuestas favorecerán la argumentación, la escucha y el respeto de los turnos de palabra.
- **Educación para un Uso Responsable de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC):** Se promoverá la utilización segura y ética de las herramientas digitales empleadas para diseñar carteles, representar espacios, preparar presupuestos y analizar resultados. El alumnado deberá contrastar la información consultada, identificar sus fuentes y respetar las condiciones de uso de imágenes, tipografías y otros recursos. Se cuidará la protección de datos y se solicitarán las autorizaciones necesarias cuando se utilicen fotografías de personas o establecimientos. Las aplicaciones digitales se emplearán como apoyo para planificar, revisar y comunicar las propuestas.

- **Educación para el Desarrollo Sostenible y la Agenda 2030 (ECS):** Se fomentará el aprovechamiento de los recursos mediante la planificación de materiales, la reutilización de soportes y elementos decorativos y la separación de residuos. En el diseño de escaparates y campañas se valorarán alternativas que reduzcan el desperdicio, faciliten el desmontaje y permitan utilizar los materiales en futuras actividades. También se considerarán el consumo energético de la iluminación y la reducción de impresiones innecesarias. Las afirmaciones ambientales incluidas en los mensajes comerciales deberán ser concretas y justificables.
- **Educación para la Igualdad de Oportunidades (EIO):** Se promoverá la igualdad efectiva entre mujeres y hombres y el rechazo de cualquier discriminación por origen, edad, discapacidad, orientación sexual u otras circunstancias personales o sociales. Se analizarán los estereotipos presentes en la publicidad y se elaborarán mensajes e imágenes respetuosos con la diversidad. La accesibilidad se incorporará a la distribución de espacios, la circulación, la ubicación de productos y la legibilidad de la señalética y los carteles. En las prácticas se distribuirán y rotarán las responsabilidades de diseño, cálculo, preparación y montaje de forma equitativa.
- **Educación para el Fomento del Emprendimiento (EFE):** Se potenciarán la iniciativa, la creatividad y la capacidad para detectar oportunidades de mejora en los establecimientos comerciales. El alumnado propondrá soluciones para aprovechar espacios, presentar productos, renovar escaparates o desarrollar promociones, justificando su adecuación al público, los objetivos y el presupuesto. Se valorarán la planificación, la responsabilidad, el cumplimiento de compromisos y la resolución de incidencias. La comprobación de resultados permitirá revisar las propuestas y comprender la importancia de introducir mejoras fundamentadas.

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:

- Se ha recomendado seguir el libro de “Venta Técnica” de McGraw Hill como apoyo para las explicaciones de clase, las presentaciones realizadas por el docente y la resolución de las actividades propuestas.
- Cuaderno de clase (portfolio): los alumnos deberán reflejar en él todas las actividades que se realicen en clase y en casa, de forma ordenada y limpia para la revisión del docente. De esta manera se fomenta los hábitos de escritura y lectura y sirve como apoyo de estudio.
- Recursos impresos: complementarán el trabajo diario de clase. Algunos de estos materiales son: libros, prensa, catálogos, tickets, fotocopias. Podemos señalar el materia de apoyo complementario en PDF subidos a la plataforma como una guía para el trabajo diario de clase, sin perder de vista la base de la programación.
- Encerado y pizarra digital: 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.

- 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: apoyos gráficos, vídeos, páginas web, blogs,…
- 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.

9.- Actividades complementarias y extraescolares.

A lo largo del curso se realizarán actividades tanto complementarias como extraescolares relacionadas con la materia del módulo.
Se contempla organizar distintas videoconferencias y charlas de profesionales que puedan aportar su visión y experiencia para ilustrar al alumnado con conocimientos útiles para afrontar su etapa laboral próxima.

Además, desde el módulo de Dinamización del punto de venta, se trabajará puntualmente con los proyectos del centro en materia de decoración tanto de la zona de escaparate del aula destinado a ello como en la zona de recepción del centro, principalmente en fechas de interés y las efemérides educativas como Halloween, San Valentín, Día de la mujer o Navidad.

En la siguiente tabla se recogen algunas de las salidas planteadas al comienzo del curso:

Actividad	Temporización	Lugar	Descripción
Taller de neuromarketing	20 noviembre	Cámara de comercio de Málaga	Un taller para aprender a captar clientes a través de las emociones.
Visita escaparates	16 febrero	Centro comercial Outlet “Plaza Mayor” + Ikea	Salida para visualizar los escaparates del centro comercial y la distribución comercial y su organización.

10.- Aportación del módulo al proyecto intermodular

Para el desarrollo del Proyecto Intermodular del ciclo de Actividades Comerciales, se propone trabajar desde el módulo de Dinamización del punto de venta (1231) 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 RA3 permitirá al alumnado desarrollar la comunicación visual del establecimiento planteado en su proyecto empresarial. Para ello, elaborará propuestas de decoración, señalización, rótulos y carteles coherentes con la identidad del negocio, las características de sus productos y su público objetivo. Se cuidarán la legibilidad, la combinación de colores y tipografías, la claridad de los mensajes y la seguridad en el montaje, evitando contenidos publicitarios engañosos.

Esta aportación se concretará en un dossier de comunicación visual, que incluirá diseños, ejemplos de aplicación y una justificación de los materiales y de su ubicación en el establecimiento.

Por su parte, el RA5 permitirá diseñar acciones promocionales ajustadas a las necesidades, los objetivos y el presupuesto del proyecto. El alumnado seleccionará las técnicas más adecuadas para incentivar la compra, captar nuevos clientes y favorecer su fidelización, justificando su elección según el tipo de negocio y la clientela.

Esta aportación se recogerá en un plan de acciones promocionales, con sus objetivos, destinatarios, calendario, recursos y presupuesto previsto.

Ambos resultados se trabajarán de forma relacionada: la cartelería, la señalética y la decoración servirán de soporte a las promociones diseñadas. De esta manera, el alumnado podrá presentar una propuesta coherente de animación del punto de venta y valorar cómo la comunicación visual y las acciones promocionales contribuyen a los objetivos comerciales de su proyecto empresarial.

Programación didáctica

Módulo	**Itinerario personal para la empleabilidad I (Código 1709)**
Ciclo	**CFGM Actividades Comerciales**
Curso	**Primero**
Familia	**Comercio y marketing**
Profesor/a	**Rocío Trujillo Contreras**
Curso	**2026/2027**

IES Huerta Alta

Unión Europea
Fondo Social Europeo
"El FSE invierte en tu futuro"
JUNTA DE ANDALUCIA
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

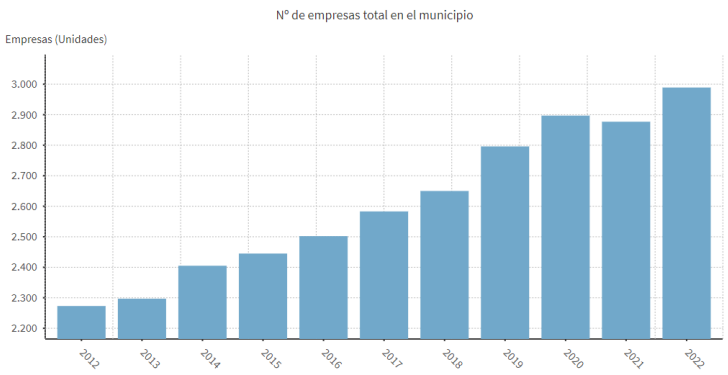
de 2011 que parte desde el Enlace de las Virreinas a Torremolinos y que conecta con la circunvalación del municipio.

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.

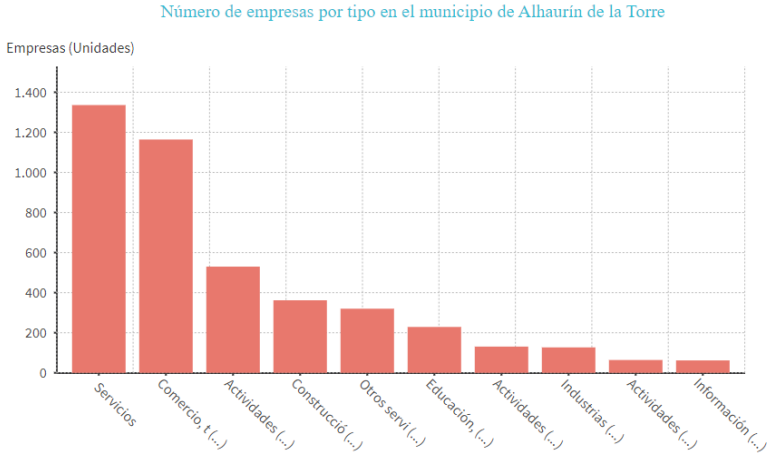
La renta bruta media del municipio ha experimentado crecimientos constantes en los últimos años de manera paralela al crecimiento de la población, siendo la mayor de la comarca del Guadalhorce.

El nivel educativo refleja bajo analafabetismo solo 390 personas según el IAE, y siendo el mayor porcentaje el de personas que tienen la enseñanza secundaría 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 24 de julio de 2026 de la Dirección General de Formación Profesional y Educación Permanente por la que se dictan Instrucciones para determinar aspectos relativos a la distribución horaria y a la concreción curricular de las enseñanzas correspondientes a los grados D y E del sistema de Formación Profesional para el curso escolar 2026/2027 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. Ley 17/2007, de 10 de diciembre, de Educación 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.
12. Decreto 147/2025, de 17 de septiembre de 2025, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas de los Grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía.
13. Orden de 18 de septiembre de 2025, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía.
14. Orden de 26 de septiembre de 2025, por la que se regula la fase de formación en empresa u organismo equiparado de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional de la Comunidad Autónoma de Andalucía.

15. Instrucciones de 20 de mayo de 2026 de la Dirección General de Formación Profesional y Educación Permanente, por la que se establecen aspectos relativos a la evaluación final del alumnado de las enseñanzas de los grados d y e del sistema de formación profesional para el curso 2025/2026 en los centros docentes de la comunidad autónoma de andalucía.

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:

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.

r) Realizar la gestión básica para la creación y funcionamiento de una pequeña empresa y tener iniciativa en su actividad profesional.

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: Distingue las características del sector productivo y define los puestos de trabajo relacionándolos con las competencias profesionales expresadas en el título.	
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.	-Análisis del entorno sociolaboral actual, general y según el sector profesional. -Mercado de trabajo, características, sectores emergentes y nuevas profesiones. -Perfil profesional. Actitudes, aptitudes, competencias personales y sociales del sector. -Análisis de puestos de trabajo. -Opciones profesionales, trabajo por cuenta propia, cuenta ajena, Administración pública.

RA: 2. Alcanza las competencias necesarias para la obtención del título de Técnico Básico en Prevención de Riesgos Laborales.	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	**CONTENIDOS**
a) a) Se ha valorado la importancia de la cultura preventiva en todos los ámbitos actividades de la empresa u organismo equiparado relacionado 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.	-Valoración de la relación entre trabajo y salud. -Marco normativo en materia preventiva. -Análisis de factores de riesgo. -La evaluación de riesgos en la empresa como elemento básico de la actividad preventiva. -Análisis de riesgos ligados a las condiciones de seguridad. -Análisis de riesgos ligados a las condiciones ambientales.
b) 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.	-Análisis de riesgos ligados a las condiciones ergonómicas y psico-sociales. -Riesgos específicos en el sector del comercio. -Determinación de los posibles daños a la salud del trabajador o trabajadora que pueden derivarse de las situaciones de riesgo detectadas.
c) 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.	-Derechos y deberes en materia de prevención de riesgos laborales.
d) d) Se han analizado los protocolos de actuación en caso de emergencia.	-Gestión de la prevención en la empresa. -Organismos públicos relacionados con la prevención de riesgos laborales.
e) e) Se han determinado los principales derechos y deberes en materia de prevención de riesgos laborales.	-Planificación de la prevención en la empresa. -Planes de emergencia y de evacuación en entornos de trabajo.
f) 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.	-Elaboración de un plan de emergencia en una «pyme». -Aplicación de medidas de prevención y protección en la empresa: -Determinación de las medidas de prevención y protección individual y colectiva.
g) 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	-Protocolo de actuación ante una situación de emergencia.

mismo. h) 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) 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. j)	-Primeros auxilios.

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	**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. 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.	-Relación laboral. -Derechos y deberes derivados de la relación laboral. -Convenios colectivos. -Contrato de trabajo. Modalidades. Modificaciones del contrato de trabajo. -Nuevos entornos de trabajo. -Jornada laboral. -Salario.Interpretación de la estructura salarial. -Suspensión y extinción del contrato de trabajo. -La liquidación del contrato de trabajo. -Sistema de Seguridad Social. Prestaciones económicas.

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	**CONTENIDOS**
a) Se han evaluado los propios intereses, motivaciones, habilidades y destrezas en el marco de un proceso de autoconocimiento. 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.	-Autoconocimiento e identidad personal y profesional. -Competencias personales y profesionales. Análisis DAFO y CAME. -Análisis de ofertas de empleo y de documentos relacionados con la búsqueda de empleo. -CV. La entrevista de trabajo. -Autoestima, áreas de interés personal y profesional. Expectativas de futuro. -Itinerarios formativos y profesionales. -Formación profesional. -Formación universitaria. -Otras opciones de formación. Formación continua. -Oportunidades de formación y trabajo en Europa. -Análisis de opciones y toma de decisiones. -Proyecto profesional.

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	**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. b) Se ha identificado la empleabilidad como capacidad de adaptación al entorno laboral. 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. 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.	-Aprendizaje a lo largo de la vida. -Adaptabilidad como habilidad laboral, formación continua y transformación digital. -Entorno personal de aprendizaje. Identidad digital. Huella digital. -Herramientas digitales y configuración del PLE.

Temporalización de los Resultados de Aprendizaje.

RESULTADO DE APRENDIZAJE	1T	2T	2T-Eval final
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	
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	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 contiene la formación necesaria para que el alumnado 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 a las empresas.
- La realización de pruebas de orientación y dinámicas sobre la propia personalidad y el desarrollo de las habilidades sociales.
- La preparación y realización de modelos de curriculum vitae (CV) y entrevistas de trabajo.
- Identificación de la normativa laboral que afecta a los trabajadores y trabajadoras del sector, manejo de los contratos más comúnmente utilizados y 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 evaluar los riesgos derivados de las actividades desarrolladas en su sector productivo, y que le permita colaborar en la definición de un plan de prevención para una pequeña empresa, así como en la elaboración de las medidas necesarias para su puesta en funcionamiento.
- La elaboración del Proyecto profesional individual, como recurso metodológico en el aula, utilizando el mismo como hilo conductor para la concreción práctica de los contenidos del módulo.
- La utilización de aplicaciones informáticas y nuevas tecnologías en el aula.

Estas líneas de actuación deben fundamentarse desde el enfoque de **«aprender-haciendo»**, a través del diseño de actividades que proporcionen al alumnado un conocimiento real de las oportunidades de empleo y de las relaciones laborales que se producen en su ámbito profesional.

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.

<u>Métodos didácticos</u>:

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 duales 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. LA PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES: CONCEPTOS BÁSICOS.	18 horas	**PRIMER TRIMESTRE**	2. a, b, e, h,
UD 2. ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN DE LA PREVENCIÓN EN LA EMPRESA. PRIMEROS AUXILIOS EN LA EMPRESA.	12 horas	**PRIMER TRIMESTRE**	2. c, d, f, g, i
UD 3. LA HOJA DE RUTA HACIA LA INSERCIÓN LABORAL.	6 horas	**PRIMER TRIMESTRE**	1. a,b,c
UD 4. AUTOCONOCIMIENTO PERSONAL Y PROFESIONAL.	6 horas	**PRIMER TRIMESTRE**	4. a, b, c, d, e, f
UD 5. EMPLEABILIDAD Y APRENDIZAJE CONTINUO	5 horas	**SEGUNDO TRIMESTRE**	4. g, h, i, j, k
UD 6. RELACIÓN LABORAL Y DERECHO DEL TRABAJO.	7 horas	**SEGUNDO TRIMESTRE**	3. a, b, c
UD 7. EL SALARIO Y LA NÓMINA.	6 horas	**SEGUNDO TRIMESTRE**	3. d
UD 8. MODIFICACIÓN, SUSPENSIÓN Y EXTINCIÓN DE LA RELACIÓN LABORAL.	9 horas	**SEGUNDO TRIMESTRE**	3 e, g
UD 9. EL SISTEMA DE LA SEGURIDAD SOCIAL.	6 horas	**SEGUNDO TRIMESTRE**	3 f
UD 10. APRENDER A APRENDER EN LA ERA DIGITAL.	21 horas Duales	**2º TRIMESTRE -EVAL FINAL 1**	5. a,b,c,d,e,f,g,h,i
TOTAL HORAS	**96 horas**		

Planteamiento metodológico y actividades.

Como se ha expuesto anteriormente la programación se ha organizado en 10 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 18 de septiembre de 2025, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía, se evaluará cada uno de los siguientes resultados de aprendizaje mediante las evidencias descritas en las siguientes tablas, atendiendo a lo siguientes **procedimientos, técnicas e instrumentos de evaluación:** La evaluación del módulo se llevará a cabo mediante procedimientos, técnicas e instrumentos variados, flexibles, accesibles y adaptados a las características del alumnado, asegurando una valoración continua y global del grado de consecución de los resultados de aprendizaje y de los criterios de evaluación asociados.

Para cada criterio de evaluación se aplicarán distintos instrumentos que permitan observar el progreso competencial del alumnado desde diferentes perspectivas.

Procedimientos de evaluación:

- Observación sistemática del desempeño del alumnado en actividades individuales y grupales.
- Valoración continua de los trabajos, proyectos y tareas realizadas en el aula o en entornos simulados.
- Revisión y análisis de evidencias de aprendizaje (portafolios, informes, presentaciones, productos finales, pruebas prácticas…).
- Autoevaluación y coevaluación como estrategias de reflexión y mejora del propio proceso de aprendizaje.

Técnicas de evaluación:

- Observación directa y registro de actitudes, destrezas y comportamientos.
- Análisis de producciones escritas y digitales.
- Resolución de casos prácticos y situaciones simuladas.
- Entrevistas o tutorías individualizadas para recoger información cualitativa del proceso.

Instrumentos de evaluación:

- Rúbricas específicas para cada resultado de aprendizaje.
- Listas de cotejo (checklists) para el control del progreso.

- Portafolio de evidencias.
- Guía de corrección
- Cuaderno del profesor/a como registro de observaciones y calificaciones parciales.

Estos instrumentos se seleccionarán de forma coherente con las actividades de enseñanza-aprendizaje y permitirán la recogida de información válida y fiable, garantizando la accesibilidad para todo el alumnado y la posibilidad de ajustes metodológicos según sus necesidades.

Los Resultados de Aprendizaje tendrán un peso distinto, y dentro de cada RA, los criterios de evaluación tienen el mismo peso.

<table>
<tr><th colspan="5">RA: 1 Distingue las características del sector productivo y define los puestos de trabajo relacionándolos con las competencias profesionales expresadas en el título.</th></tr>
<tr><th>Criterio de evaluación</th><th>Procedimiento</th><th>Técnica</th><th>Instrumento</th><th>Peso 15%</th></tr>
<tr><td>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.</td><td rowspan="3">Observación sistemática

Valoración del trabajo de aula</td><td rowspan="3">Entrega portafolio

Observación directa</td><td rowspan="3">Rúbrica</td><td rowspan="3"></td></tr>
<tr><td>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.</td></tr>
<tr><td>c) Se ha reflexionado sobre las actitudes y aptitudes requeridas</td></tr>
</table>

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.				

RA: 2 Alcanza las competencias necesarias para la obtención del título de Técnico Básico en Prevención de Riesgos Laborales.				
Criterio de evaluación	**Procedimiento**	**Técnica**	**Instrumento**	**Peso 30%**
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	Revisión prueba teórica-práctica Observación sistemática Valoración del trabajo de aula	Casos prácticos Prueba objetiva	Guía corrección casos prácticos Guía de corrección prueba objetiva	

título.				
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.				
Criterio de evaluación	**Procedimiento**	**Técnica**	**Instrumento**	**Peso 25%**
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.	Revisión prueba práctica Observación sistemática Valoración del trabajo de aula	Casos prácticos Exposición oral Prueba objetiva	Guía de corrección casos prácticos Rúbrica Guía de corrección prueba objetiva	
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.				

<table>
<tr><th colspan="5">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.</th></tr>
<tr><th>Criterio de evaluación</th><th>Procedimiento</th><th>Técnica</th><th>Instrumento</th><th>Peso 25%</th></tr>
<tr><td>a) Se han evaluado los propios intereses,motivaciones, habilidades y destrezas en el marco de un proceso de autoconocimiento.</td><td rowspan="3">Revisión prueba práctica

Observación sistemática

Valoración del trabajo de aula

Coevaluación

Autoevaluación</td><td rowspan="3">Casos prácticos

Portafolio

Exposición oral

Prueba objetiva</td><td rowspan="3">Guía de corrección casos prácticos

Rúbrica

Rúbrica

Guía de corrección prueba objetiva</td><td rowspan="3"></td></tr>
<tr><td>b) Se han analizado las cualidades y competencias personales afines a la actividad profesional relacionada con el perfil del título.</td></tr>
<tr><td>c) Se han determinado las competencias personales y sociales con valor para el empleo.</td></tr>
</table>

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. (RA dualizado, va a empresa)				
Criterio de evaluación	**Procedimiento**	**Técnica**	**Instrumento**	**Peso 5%**
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.	Observación sistemática en centro de trabajo y reuniones con tutores duales de empresa	Análisis de producciones Observación directa Entrevistas con tutores o alumnos	Rúbrica tutor dual de empresa	
b) Se ha identificado la empleabilidad como capacidad de adaptación al entorno laboral.				
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.				

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.				

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 18 de septiembre de 2025, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

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:

- La superación de cualquier módulo profesional requiere la evaluación positiva de todos los

resultados de aprendizaje (RA) que lo componen, sean o no formación en la empresa.En consecuencia, la calificación final del módulo será positiva únicamente cuando el alumno o alumna haya alcanzado de forma satisfactoria todos los RA, conforme a los criterios de evaluación establecidos para cada uno de ellos. Esto incluye también al módulo de proyecto intermodular

- Se necesitará obtener como mínimo una puntuación de **5 puntos, utilizando una evaluación criterial para aprobar cada una de ellas**
- 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.
- 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. Esto incluye el uso de la IA, internet o dispositivos móviles cuando no haya sido aprobado su uso por el docente, este utilizará los instrumentos correspondientes para garantizar que se realizó tal uso indebido.
- Para superar el módulo se han de aprobar todas las pruebas teórico-prácticas.
- 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 contínua: En virtud de lo establecido del artículo 27.5 y 27.6 del Decreto 147/2025, de 17 de septiembre, la evaluación continua de los aprendizajes requerirá la asistencia regular y obligatoria, tanto en el centro docente como en la fase de formación en empresa u organismo equiparado, de al menos el 80 por ciento de la duración total del módulo, ámbito o proyecto, a partir de la fecha en la que el alumnado se haya matriculado, teniendo que superar en junio todos los RA y criterios de evaluación de dicho módulo en el que se ha perdido la evaluación continua.

D) Baja de oficio: De conformidad con lo dispuesto en el artículo 26.5 del Decreto 147/2025, de 17 de septiembre, los centros docentes sostenidos con fondos públicos iniciarán el procedimiento de anulación de oficio de la matrícula en las ofertas formativas de grados D o E si, una vez iniciadas las actividades lectivas y

transcurridos cinco días hábiles, se observase la no incorporación o la inasistencia injustificada y reiterada del alumnado a las mismas. Dicho procedimiento podrá incoarse hasta el 15 de noviembre de cada año. Asimismo, a partir del 15 de noviembre podrá procederse igualmente a la anulación de oficio de la matrícula en aquellos casos en que el alumnado acumule un mínimo de cuarenta y cinco días hábiles de inasistencia injustificada en el conjunto de los módulos en que estuviera matriculado.

E) 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 de los módulos profesionales correspondientes además del que consta en 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 la formación en empresa de este módulo es la siguiente, siendo la actividad destinada :

Ítem (describe detalladamente)	CEV	% RA	No se ha realizado	No sabe hacerlo	Sabe hacerlo con ayuda	Sabe hacerlo de manera autónoma	Sabe hacerlo de manera autónoma y es capaz de ayudar a otros
1 El alumno/a debe realizar una autoevaluación regular sobre las tareas realizadas, reflexionando sobre sus puntos fuertes, debilidades y el progreso que está haciendo en sus competencias.	a,b	40 %	☐	☐	☐	☐	☐
2. El alumno desarrolla las competencias personales digitales enfocadas a la emplealbilidad (comparte, comenta y participa de los contenidos en redes sociales).	c, d,e	30 %	☐	☐	☐	☐	☐
3. Autoevaloración de cómo el alumno/a se ha integrado en el ambiente laboral-empresarial para la futura implementación de un plan de empleabilidad personal.	f, g, h, i	30%	☐	☐	☐	☐	☐

Para llevar a cabo la valoración con esta rúbrica se propone al centro de trabajo que el alumno/a realice como actividad formativa un informe con las actividades realizadas durante el período de prácticas, reflexionando sobre sus puntos fuertes, debilidades y el progreso a lo largo de las semanas. Se recomienda que se lleven a cabo entrevistas con el tutor dual de la empresa, así como con otros compañeros/as de trabajo para que le ayuden a analizar y reflexionar.

Todo ello haciendo uso de herramientas digitales.

En ese informe, el alumno/a deberá hacer una valoración sobre su integración personal y profesional en el ambiente de trabajo de la empresa con una propuesta de mejora.

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.

Proceso de evaluación de los RA en formación en empresa

La persona que ejerza la tutoría dual en la empresa registrará la evolución del alumnado respecto a los RA y criterios de evaluación aplicables en el módulo correspondiente. Esta valoración se realizará mediante instrumentos específicos: rúbricas cualitativas como el ejemplo que acabamos de ver.

La información recogida por el tutor de empresa se trasladará al profesor responsable del módulo para integrarla en el procedimiento global de evaluación, complementando la evaluación realizada en el centro educativo.

La calificación final del módulo tendrá en cuenta, de manera parcial y ponderada, la valoración realizada por el tutor dual de empresa, asegurando que la experiencia práctica forme parte del proceso de calificación.

La coordinación entre tutor de empresa y profesor del centro será continua, mediante informes periódicos, reuniones y diarios de prácticas y asistencia del alumnado. El responsable último de la calificación numérica recibida en el RA de empresa es el profesor responsable del módulo.

Recuperación de los RA no superados en la fase de formación en empresa

En caso de que algún alumno/a no pueda desarrollar alguno de los resultados de aprendizaje previstos en su plan de formación individual o no los supere en el centro de trabajo (durante la fase de formación en empresa u organismo equiparado), tendrá que desarrollar un proyecto entregable consistente en la elaboración de un informe sobre su estancia en la empresa durante el periodo de prácticas.

El profesor facilitará el material teórico y las explicaciones necesarias para que pueda desarrollarlo entre las evaluaciones final primera y final segunda (junio) en caso de no haber sido superado dicho RA, siendo el instrumento empleado para evaluarlo una rúbrica, este proyecto tendrá que tener una nota igual o superior al cinco para poder superar el RA vinculado a la fase de formación en empresa, en caso contrario ni el RA ni el módulo finalmente quedarían superados, estando suspenso o suspensa en la segunda evaluación final y definitiva del curso.

Este procedimiento también tendrá lugar si el tutor dual de empresa nos manifiesta en sus rúbricas de evaluación que no se ha desarrollado dicho RA en empresa, en este caso el alumnado no tendrá que esperar al mes de junio para poder desarrollar el proyecto, pudiendo entregarlo antes de la primera evaluación final

Instrumentos de evaluación para alumnado con pérdida de evaluación continua

Para el alumnado que no haya superado la evaluación continua se establecerá un periodo de recuperación individualizado entre la evaluación inicial final primera y segunda, estructurado en dos semanas, si bien también puede presentarse a la convocatoria antes de la primera evaluación final (entregas y pruebas

correspondientes a toda la materia) siempre que lo solicite por adelantado y en tiempo y forma, en caso de no aprobar pasaría a tener otra oportunidad en la segunda evaluación final.

Con respecto al periodo de recuperación individualizado entre la evaluación inicial final primera y segunda:

Cada semana se centrará en temas específicos, incluyendo la realización de ejercicios prácticos y dudas y explicaciones de las entregas de proyectos

Los instrumentos seleccionados permitirán valorar de manera objetiva la adquisición de los RA no alcanzados por la pérdida de la evaluación continua. Entre ellos se incluyen:

- Pruebas escritas y prácticas correspondientes a los temas de cada semana
- Entrega de trabajos o ejercicios desarrollados durante la recuperación, con criterios de corrección previamente definidos
- Rúbricas para la valoración de competencias y procedimientos aplicados en cada actividad y guias de corrección de pruebas teórica-prácticas.
- Cuaderno de seguimiento y registro del progreso del alumnado, anotando resultados, incidencias y observaciones del docente.

La superación del módulo estará condicionada a que el alumnado supere todas las pruebas y entregas de los temas correspondientes a los dos trimestres, incluidos los RA que van a empresa, que anteriormente se ha expuesto cómo se recupera.

Periodo entre las evaluaciones final primera y final segunda

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 o para subir calificaciones, o cómo se ha explicado por la pérdida de evaluación continua. Se desarrollaran:

A) Actividades de refuerzo (recuperación de resultados no alcanzados)

Estas actividades estarán dirigidas al alumnado que no haya alcanzado de forma satisfactoria alguno de los **c**riterios de evaluación o resultados de aprendizaje (RA) en la evaluación final primera. Su objetivo es reconducir el proceso de aprendizaje, atendiendo a las dificultades detectadas durante la

evaluación continua.

Características:

- Individualizadas o en pequeños grupos, según las necesidades detectadas.
- Enfocadas en los RA no superados, con tareas específicas de aplicación práctica.
- Utilización de ejercicios de consolidación.
- La superación de estos RA pendientes permitirá la superación del módulo o en caso de no superarse de cara a la segunda evaluación final y definitiva, el alumno/a no superará de manera definitiva el módulo profesional.

Ejemplos de actividades de refuerzo:

- Ejercicios prácticos de aplicación de contenidos básicos.
- Revisión guiada de errores cometidos en pruebas o tareas anteriores.
- Tutorías individualizadas para reforzar competencias específicas.
- Actividades en classroom.

La asistencia en junio a clase para las actividades de refuerzo es obligatoria.

B) Actividades de mejora o ampliación (subir nota o profundizar)

Estas actividades se ofrecen al alumnado que haya alcanzado los resultados de aprendizaje, pero desee **mejorar su calificación**. El alumno/a que quiere mejorar su calificación deberá solicitarlo por escrito.

Características:

- De carácter **voluntario.**
- Pueden contribuir a **incrementar la calificación final del módulo**, siempre que se evidencie un nivel de logro superior a los mínimos exigidos.

Ejemplos de actividades de mejora:

- Elaboración de un proyecto complementario o mejora de uno existente
- Investigación o análisis de casos reales.

La asistencia del alumnado para subir nota es solo puntual, no todo el mes de junio, por el tiempo necesario para poder demostrar la subida de nota en los RA que previamente le haya comunicado el profesor, deben solicitar por escrito su deseo de subir nota en el módulo profesional.

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

En el caso del grupo, hay alumnado censado como NEAE, se aplicarán los mismos **instrumentos y criterios de evaluación** que al resto del grupo, sin realizar **adaptaciones significativas ni ampliar el tiempo de examen**, adoptándose medidas que faciliten el acceso al currículo:

- Distribución de la clase en función de las necesidades del alumnado.
- No se le tendrán en cuenta las faltas de ortografía al calificar los contenidos escritos con alumnado que presente dislexia, garantizando así que la valoración se centre en el conocimiento, la comprensión y la aplicación de competencias profesionales, y no en dificultades específicas de lectoescritura.
- Explicar verbalmente las indicaciones de exámenes, prácticas o trabajos, además de proporcionarle por escrito dichas cosas
- Sesiones de orientación o aclaración de dudas sobre contenidos, planificación de actividades y estrategias de estudio, siempre que el alumno lo solicite.
- Explicación o resumen de textos técnicos o de lectura densa, facilitando la comprensión de conceptos clave.
- La calificación final se obtendrá de la misma manera que para el resto del alumnado, garantizando igualdad de oportunidades y equidad en la evaluación.
- La atención se centra en facilitar el aprendizaje y la comprensión de los contenidos, sin modificar los instrumentos ni la exigencia de los RA.

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.
- 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.

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, se realizarán o no en función de la disponibilidad de una u otra parte, así como por motivos organizativos:

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
Taller primeros auxilios	Todo el curso
Días mundiales señalados	Todo el curso
Visita a departamentos de Comercio y Marketing de empresas	Todo el curso
Visita o colaboración vivero de empresas	Todo el curso
Entrevistas de trabajo con alumnado UMA	Todo el curso
Proyecto aprender emprendiendo	Todo el curso
Ferias de empleo	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 1: Distingue las características del sector productivo y define los puestos de trabajo relacionándolos con las competencias profesionales expresadas en el título.

El alumnado debe analizar las oportunidades de empleo en su sector y reflexionar sobre las competencias, actitudes y aptitudes necesarias para su desarrollo profesional dentro del sector de actividades comerciales.

Programación didáctica

Módulo	**Marketing en la Actividad Comercial (1226)**
Ciclo	**T.M. Actividades comerciales**
Curso	**Primero**
Familia	**Comercio y marketing**
Profesor/a	**Julia López HUERTAS**
Curso	**2026/27**

IES Huerta Alta

Unión Europea
Fondo Social Europeo
"El FSE invierte en tu futuro"
JUNTA DE ANDALUCIA
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, Churriana, Alhaurín el Grande, Coín, 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.

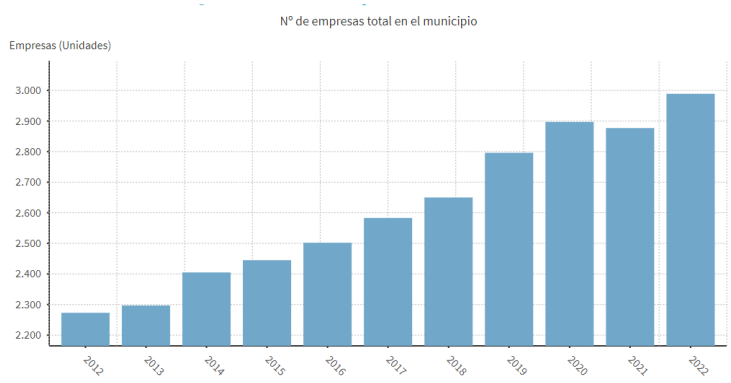
Con respecto al mercado de trabajo el desempleo es de 2.137 mujeres frente a 1.160 hombres, no siendo uno de los municipios donde existe mayor desigualdad de género en este aspecto. La tasa de paro de un 14 % se sitúa por debajo del 18 % de la capital, no obstante, es la quinta con mayor tasa dentro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

más de 40.000 habitantes de la provincia.

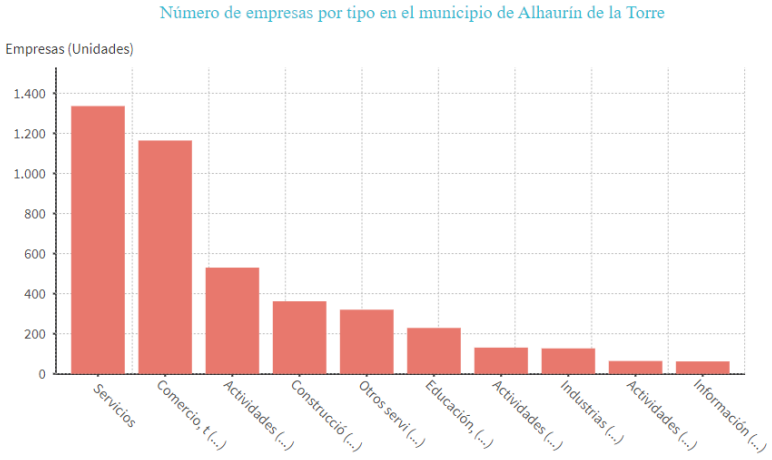
La renta bruta media del municipio ha experimentado crecimientos constantes en los últimos años de manera paralela al crecimiento de la población, siendo la mayor de la comarca del Guadalhorce.

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. 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. Ley 17/2007, de 10 de diciembre, de Educación 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. Orden de 28 de julio de 2015, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales.
12. Decreto 327/2010, de 13 de julio, por el que se aprueba el Reglamento Orgánico de los Institutos de Educación Secundaria.
13. Decreto 147/2025, de 17 de septiembre de 2025, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas de los Grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía.
14. Orden de 18 de septiembre de 2025, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía.
15. Orden de 26 de septiembre de 2025, por la que se regula la fase de formación en empresa u organismo equiparado de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional de la Comunidad Autónoma de Andalucía.

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. c) Se ha calculado el precio de venta del producto a	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. - Factores ajenos a la empresa. El mercado, la normativa legal, los proveedores, la competencia, el

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.	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 entre el fabricante y los distribuidores y distribuidoras del producto. f) Se han comparado posibles estrategias de distribución	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. Formas de intermediación comercial. Bróker, agente comercial, representante y comisionista. Tipos de contratos de intermediación.

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.	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	2T_Eval final
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.	X criterios: a, b, c, d, e y f		X RA en empresa: g, h, i
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.		X	
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 CEs
UD 1. Introducción al marketing	10 horas	Primer Trimestre	1. a, b, c, d, e, f, g
UD 2. El mercado y el consumidor	10 horas	Primer Trimestre	2. a, b, c, d, e, f

	20 horas	Evaluación final 1	2. 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	14 horas	Primer Trimestre	4. a, b, c, d, e, f, g, h
UD 5. El precio	14 horas	Segundo Trimestre	5. a, b, c, d, e, f, g, h
UD 6. La distribución	12 horas	Segundo Trimestre	6. a, b, c, d, e, f, g
UD 7. La comunicación comercial	16 horas	Segundo Trimestre	7. a, b, c, d, e, f, g, h, i
UD 8. El plan de marketing	16 horas	Segundo 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 18 de septiembre de 2025, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía, se evaluará cada uno de los siguientes resultados de aprendizaje mediante las evidencias descritas en las siguientes tablas, atendiendo a los siguientes **procedimientos, técnicas e instrumentos de evaluación:**

La evaluación del módulo se llevará a cabo mediante procedimientos, técnicas e instrumentos variados, flexibles, accesibles y adaptados a las características del alumnado, asegurando una valoración continua y global del grado de consecución de los resultados de aprendizaje y de los criterios de evaluación asociados.

Para cada criterio de evaluación se aplicarán distintos instrumentos que permitan observar el progreso competencial del alumnado desde diferentes perspectivas.

Procedimientos de evaluación:

- Observación sistemática del desempeño del alumnado en actividades individuales y grupales.
- Valoración continua de los trabajos, proyectos y tareas realizadas en el aula o en entornos simulados.
- Revisión y análisis de evidencias de aprendizaje (portafolios, informes, presentaciones, productos finales, pruebas prácticas…).
- Autoevaluación y coevaluación como estrategias de reflexión y mejora del propio proceso de aprendizaje.

Técnicas de evaluación:

- Observación directa y registro de actitudes, destrezas y comportamientos.
- Análisis de producciones escritas y digitales.
- Resolución de casos prácticos y situaciones simuladas.
- Entrevistas o tutorías individualizadas para recoger información cualitativa del proceso.

Instrumentos de evaluación:

- Rúbricas específicas para cada resultado de aprendizaje.
- Listas de cotejo (checklists) para el control del progreso.

- Portafolio de evidencias.
- Guía de corrección
- Cuaderno del profesor/a como registro de observaciones y calificaciones parciales.

Estos instrumentos se seleccionarán de forma coherente con las actividades de enseñanza-aprendizaje y permitirán la recogida de información válida y fiable, garantizando la accesibilidad para todo el alumnado y la posibilidad de ajustes metodológicos según sus necesidades.

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.	Prueba	7,5%
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.	Rúbrica tutor laboral. Considerar al consumidor	5%
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.

Todos los módulos de los ciclos formativos se rigen por la Orden de 18 de septiembre de 2025, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

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. La superación de cualquier módulo profesional requiere la evaluación positiva de todos los resultados de aprendizaje (RA) que lo componen, sean o no formación en la empresa.
   En consecuencia, la calificación final del módulo será positiva únicamente cuando el alumno o alumna haya alcanzado de forma satisfactoria todos los RA, conforme a los criterios de evaluación establecidos para cada uno de ellos. Esto incluye también al módulo de proyecto intermodular.
   Se necesitará obtener como mínimo una puntuación de **5 puntos, utilizando una evaluación criterial para aprobar cada una de ellas**, con las instrucciones detalladas en cada prueba
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
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: En virtud de lo establecido del artículo 27.5 y 27.6 del Decreto 147/2025, de 17 de septiembre, la evaluación continua de los aprendizajes requerirá la asistencia regular y obligatoria, tanto

en el centro docente como en la fase de formación en empresa u organismo equiparado, de al menos el 80 por ciento de la duración total del módulo, ámbito o proyecto, a partir de la fecha en la que el alumnado se haya matriculado, teniendo que superar en junio todos los RA y criterios de evaluación de dicho módulo en el que se ha perdido la evaluación continua.

D) Baja de oficio: De conformidad con lo dispuesto en el artículo 26.5 del Decreto 147/2025, de 17 de septiembre, los centros docentes sostenidos con fondos públicos iniciarán el procedimiento de anulación de oficio de la matrícula en las ofertas formativas de grados D o E si, una vez iniciadas las actividades lectivas y transcurridos cinco días hábiles, se observase la no incorporación o la inasistencia injustificada y reiterada del alumnado a las mismas. Dicho procedimiento podrá incoarse hasta el 15 de noviembre de cada año. Asimismo, a partir del 15 de noviembre podrá procederse igualmente a la anulación de oficio de la matrícula en aquellos casos en que el alumnado acumule un mínimo de cuarenta y cinco días hábiles de inasistencia injustificada en el conjunto de los módulos en que estuviera matriculado.

E) 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 de los módulos profesionales correspondientes además del que consta en 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 la formación en empresa de este módulo es la siguiente, siendo la actividad destinada:

Ítem (describe detalladamente)	CEV	% RA	No se ha realizado	No sabe hacerlo	Sabe hacerlo con ayuda	Sabe hacerlo de manera autónoma	Sabe hacerlo de manera autónoma y es capaz de ayudar a otros
3. Analiza los tipos de consumidores y considera las características que influyen en su comportamiento de compra.	g,h	50		☐	☐	☐	☐
4. Interpreta el proceso de decisión de compra de los clientes analizando sus fases para actuar con coherencia.	i	50					

El alumno/a debe saber diferenciar los tipos de consumidores y las características que influyen en su comportamiento de compra entendiendo las fases implícitas en ese proceso.

Para llevar a cabo la valoración con esta rúbrica se propone al centro de trabajo que el alumno/a realice como actividad formativa **un informe con las actividades realizadas durante el período de prácticas, reflexionando sobre sus puntos fuertes, debilidades y el progreso a lo largo de las semanas.** Se recomienda que se lleven a cabo entrevistas con el tutor dual de la empresa, así como con otros compañeros/as de trabajo para que le ayuden a analizar y reflexionar.
Todo ello haciendo uso de herramientas digitales.
En ese informe, el alumno/a deberá hacer una valoración sobre su integración personal y profesional en el ambiente de trabajo de la empresa con una propuesta de mejora.

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 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.

Proceso de evaluación de los RA en formación en empresa

La persona que ejerza la tutoría dual en la empresa registrará la evolución del alumnado respecto a los RA y criterios de evaluación aplicables en el módulo correspondiente. Esta valoración se realizará mediante instrumentos específicos: rúbricas cualitativas como el ejemplo que acabamos de ver.

La información recogida por el tutor de empresa se trasladará al profesor responsable del módulo para integrarla en el procedimiento global de evaluación, complementando la evaluación realizada en el centro educativo.

La calificación final del módulo tendrá en cuenta, de manera parcial y ponderada, la valoración realizada por el tutor dual de empresa, asegurando que la experiencia práctica forme parte del proceso de calificación.

La coordinación entre tutor de empresa y profesor del centro será continua, mediante informes periódicos, reuniones y diarios de prácticas y asistencia del alumnado.

El responsable último de la calificación numérica recibida en el RA de empresa es el profesor responsable del módulo.

Recuperación de los RA no superados en la fase de formación en empresa

En caso de que algún alumno/a no pueda desarrollar alguno de los resultados de aprendizaje previstos en su plan de formación individual o no los supere en el centro de trabajo (durante la fase de formación en empresa u organismo equiparado), tendrá que desarrollar un proyecto entregable consistente consistente en la elaboración de un proyecto y simulación práctica de marketing y plan de negocio.

El profesor facilitará el material teórico y las explicaciones necesarias para que pueda desarrollarlo entre las evaluaciones final primera y final segunda (junio) en caso de no haber sido superado dicho RA, siendo el instrumento empleado para evaluarlo una rúbrica, este proyecto tendrá que tener una nota igual o superior al cinco para poder superar el RA vinculado a la fase de formación en empresa, en caso contrario ni el RA ni el módulo finalmente quedarían superados, estando suspenso o suspensa en la segunda evaluación final y definitiva del curso.

Este procedimiento también tendrá lugar si el tutor dual de empresa nos manifiesta en sus rúbricas de evaluación que no se ha desarrollado dicho RA en empresa, en este caso el alumnado no tendrá que esperar al mes de junio para poder desarrollar el proyecto, pudiendo entregarlo antes de la primera evaluación final

Instrumentos de evaluación para alumnado con pérdida de evaluación continua

Para el alumnado que no haya superado la evaluación continua, se establecerá un periodo de recuperación individualizado entre la evaluación inicial final primera y segunda, estructurado en dos semanas:

Cada semana se centrará en temas específicos, incluyendo la realización de ejercicios prácticos y dudas y explicaciones de las entregas de proyectos

Los instrumentos seleccionados permitirán valorar de manera objetiva la adquisición de los RA no alcanzados por la pérdida de la evaluación continua. Entre ellos se incluyen:

- Pruebas escritas y prácticas correspondientes a los temas de cada semana
- Entrega de trabajos o ejercicios desarrollados durante la recuperación, con criterios de corrección previamente definidos
- Rúbricas para la valoración de competencias y procedimientos aplicados en cada actividad y guías de corrección de pruebas teórica-prácticas.
- Cuaderno de seguimiento y registro del progreso del alumnado, anotando resultados, incidencias y observaciones del docente.

La superación del módulo estará condicionada a que el alumnado supere todas las pruebas y entregas de los temas correspondientes a los dos trimestres, incluidos los RA que van a empresa, que anteriormente se ha expuesto como se recupera.

La prueba global abarcará la evaluación criterial de todos los Resultados de Aprendizaje no superados o afectados por la pérdida de evaluación continua durante el periodo extraordinario.

Periodo entre las evaluaciones final primera y final segunda

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 o para subir calificaciones, o cómo se ha explicado por la pérdida de evaluación continua. Se desarrollarán:

A) Actividades de refuerzo (recuperación de resultados no alcanzados)

Estas actividades estarán dirigidas al alumnado que no haya alcanzado de forma satisfactoria alguno de los **c**riterios de evaluación o resultados de aprendizaje (RA) en la evaluación final primera. Su objetivo es reconducir el proceso de aprendizaje, atendiendo a las dificultades detectadas durante la evaluación continua.

Características:

- Individualizadas o en pequeños grupos, según las necesidades detectadas
- Enfocadas en los RA no superados, con tareas específicas de aplicación práctica.
- Utilización de ejercicios de consolidación
- La superación de estos RA pendientes permitirá la superación del módulo o en caso de no superarse de cara a la segunda evaluación final y definitiva, el alumno/a no superará de manera definitiva el módulo profesional

Ejemplos de actividades de refuerzo:

- Ejercicios prácticos de aplicación de contenidos básicos
- Revisión guiada de errores cometidos en pruebas o tareas anteriores
- Tutorías individualizadas para reforzar competencias específicas
- Actividades en aula virtual

La asistencia en junio a clase para las actividades de refuerzo es obligatoria.

B) Actividades de mejora o ampliación (subir nota o profundizar)

Estas actividades se ofrecen al alumnado que haya alcanzado los resultados de aprendizaje, pero desee **mejorar su calificación**

Características:

- De carácter **voluntario**
- Pueden contribuir a **incrementar la calificación final del módulo**, siempre que se evidencie un nivel de logro superior a los mínimos exigidos.

Ejemplos de actividades de mejora:

- Elaboración de un proyecto complementario o mejora de uno existente
- Desarrollo de una propuesta creativa, campaña o simulación avanzada
- Investigación o análisis de casos reales de empresas del sector

La asistencia del alumnado para subir nota es solo puntual, no todo el mes de junio, por el tiempo necesario para poder demostrar la subida de nota en los RA que previamente le haya comunicado el profesor, deben solicitar por escrito su deseo de subir nota en el módulo profesional.

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

En el caso del grupo solo consta un alumno con **dislexia**, se aplicarán los mismos **instrumentos y criterios de evaluación** que al resto del grupo, sin realizar **adaptaciones significativas ni ampliar el tiempo de examen**, con las siguientes excepciones:

- No se le tendrán en cuenta las faltas de ortografía al calificar los contenidos escritos, garantizando así que la valoración se centre en el conocimiento, la comprensión y la aplicación de competencias profesionales, y no en dificultades específicas de lectoescritura.
- Explicar verbalmente las indicaciones de exámenes, prácticas o trabajos, además de proporcionarle por escrito dichas cosas
- Sesiones de orientación o aclaración de dudas sobre contenidos, planificación de actividades y estrategias de estudio, siempre que el alumno lo solicite.
- Explicación o resumen de textos técnicos o de lectura densa, facilitando la comprensión de conceptos clave
- La calificación final se obtendrá de la misma manera que para el resto del alumnado, garantizando igualdad de oportunidades y equidad en la evaluación.
- La atención se centra en facilitar el aprendizaje y la comprensión de los contenidos, sin modificar los instrumentos ni la exigencia de los RA.

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/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

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	**Procesos de venta (1232)**
Ciclo	**T. Actividades comerciales**
Curso	**Primero**
Familia	**Comercio y marketing**
Profesor/a	**Julia López HUERTAS**
Curso	**2026/27**

IES Huerta Alta

Unión Europea
Fondo Social Europeo
"El FSE invierte en tu futuro"
JUNTA DE ANDALUCIA
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, Churriana, Alhaurín el Grande, Coín, 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.

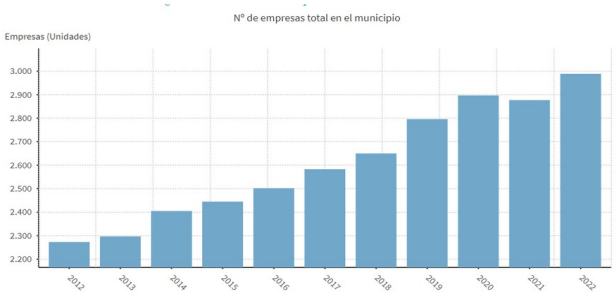
Con respecto al mercado de trabajo el desempleo es de 2.137 mujeres frente a 1.160 hombres, no siendo uno

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.

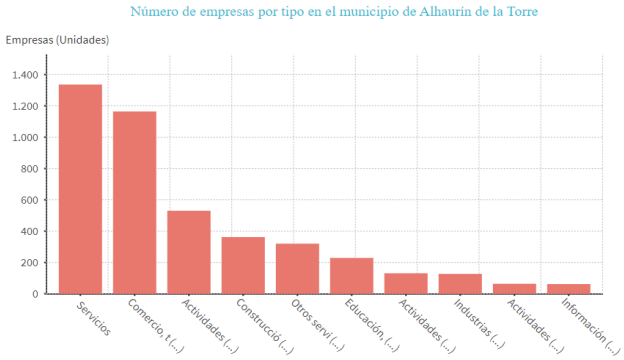
La renta bruta media del municipio ha experimentado crecimientos constantes en los últimos años de manera paralela al crecimiento de la población, siendo la mayor de la comarca del Guadalhorce.

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. 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. Ley 17/2007, de 10 de diciembre, de Educación 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. Orden de 28 de julio de 2015, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales.
12. Decreto 327/2010, de 13 de julio, por el que se aprueba el Reglamento Orgánico de los Institutos de Educación Secundaria.
13. Decreto 147/2025, de 17 de septiembre de 2025, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas de los Grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía.
14. Orden de 18 de septiembre de 2025, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía.
15. Orden de 26 de septiembre de 2025, por la que se regula la fase de formación en empresa u organismo equiparado de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional de la Comunidad Autónoma de Andalucía.

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.
h) Se han caracterizado las tipologías de clientes, atendiendo a su comportamiento de compra, su
	- 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.

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	- 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.

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.
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.
	- 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.
	  - 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
	- 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.

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.
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.
	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.
	  - 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	- Documentación comercial generada en las

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. 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.	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. - 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	- 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.

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.
g) Se han cumplimentado facturas de negociación de efectos comerciales, aplicando un determinado tipo de descuento y la correspondiente comisión.
	- 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.
	  - 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	2T_Eval final
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	X		

acuerdo con los objetivos fijados en el plan de ventas.			
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.		X criterios: a, b, c	X RA empresa: d, e, f, g, h
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 operaciones, aplicando el cálculo comercial en los procesos de venta.		X	

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 CEs
UD 1. Necesidades y comportamiento del consumidor	14 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	18 horas	Primer trimestre	3.a, b, c, d, e, f, g, h
UD 4. Comunicación y técnicas de venta	8 horas	Segundo Trimestre	4.a, b, c
	20 horas Duales	Evaluación final 1	4.d, e, f, g, h
UD 5. El contrato de compraventa y otros	10 horas	Segundo trimestre	5.a, b, c, d, e, f, g

contratos afines			
UD 6. Documentación comercial: documentos de formalización de la venta	16 horas	Segundo trimestre	6.a, b
UD 7. Documentos de formalización de cobro y pago	16 horas	Segundo trimestre	6.c, d, e, f, g, h, i
UD 8. Determinación del precio de venta, interés y descuentos	10 horas	Segundo 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 18 de septiembre de 2025, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía, se evaluará cada uno de los siguientes resultados de aprendizaje mediante las evidencias descritas en las siguientes tablas, atendiendo a los siguientes **procedimientos, técnicas e instrumentos de evaluación:**

La evaluación del módulo se llevará a cabo mediante procedimientos, técnicas e instrumentos variados, flexibles, accesibles y adaptados a las características del alumnado, asegurando una valoración continua y global del grado de consecución de los resultados de aprendizaje y de los criterios de evaluación asociados.

Para cada criterio de evaluación se aplicarán distintos instrumentos que permitan observar el progreso competencial del alumnado desde diferentes perspectivas.

Procedimientos de evaluación:

- Observación sistemática del desempeño del alumnado en actividades individuales y grupales.
- Valoración continua de los trabajos, proyectos y tareas realizadas en el aula o en entornos simulados.
- Revisión y análisis de evidencias de aprendizaje (portafolios, informes, presentaciones, productos finales, pruebas prácticas…).
- Autoevaluación y coevaluación como estrategias de reflexión y mejora del propio proceso de aprendizaje.

Técnicas de evaluación:

- Observación directa y registro de actitudes, destrezas y comportamientos.
- Análisis de producciones escritas y digitales.
- Resolución de casos prácticos y situaciones simuladas.
- Entrevistas o tutorías individualizadas para recoger información cualitativa del proceso.

Instrumentos de evaluación:

- Rúbricas específicas para cada resultado de aprendizaje.
- Listas de cotejo (checklists) para el control del progreso.
- Portafolio de evidencias.
- Guía de corrección
- Cuaderno del profesor/a como registro de observaciones y calificaciones parciales.

Estos instrumentos se seleccionarán de forma coherente con las actividades de enseñanza-aprendizaje y permitirán la recogida de información válida y fiable, garantizando la accesibilidad para todo el alumnado y la posibilidad de ajustes metodológicos según sus necesidades.

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 comportamiento del consumidor y/o usuario.	Define el 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		
b) Se han diferenciado las formas de	Diferencia las formas de organización		

organización del departamento de ventas por zonas geográficas, por productos y por clientes, entre otras.	del departamento de ventas	Prueba teórico - práctica	10 %
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 del vendedor o vendedora y reducir los costes.	Planifica las visitas de clientes atendiendo a diversos elementos		
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	Entrega	5%
b) Se ha concertado y preparado la entrevista de ventas, adaptando el argumentario a las características,	Concierta una entrevista de ventas y prepara el material de apoyo necesario, adaptándose a las necesidades de cada		

necesidades y potencial de compra de cada cliente, de acuerdo con los objetivos fijados.	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	Rúbrica tutor laboral. Argumentación y cierre de ventas utilizando comunicación con los clientes	5%
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	Cumplimenta el contrato de compraventa que recoge los acuerdos	Entrega	3 %

acuerdos entre vendedor y comprador, utilizando un procesador de textos.	entre el vendedor y el comprador		
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	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 adquisición y financiación del inmovilizado de la empresa.	Analiza los contratos de leasing y renting como alternativas de 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 teórico - práctica	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.

Todos los módulos de los ciclos formativos se rigen por la Orden de 18 de septiembre de 2025, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

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. La superación de cualquier módulo profesional requiere la evaluación positiva de todos los resultados de aprendizaje (RA) que lo componen, sean o no formación en la empresa.
   En consecuencia, la calificación final del módulo será positiva únicamente cuando el alumno o alumna haya alcanzado de forma satisfactoria todos los RA, conforme a los criterios de evaluación establecidos para cada uno de ellos. Esto incluye también al módulo de proyecto intermodular.
   Se necesitará obtener como mínimo una puntuación de **5 puntos, utilizando una evaluación criterial para aprobar cada una de ellas**, con las instrucciones detalladas en cada prueba
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
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: En virtud de lo establecido del artículo 27.5 y 27.6 del Decreto 147/2025, de 17 de septiembre, la evaluación continua de los aprendizajes requerirá la asistencia regular y obligatoria, tanto en el centro docente como en la fase de formación en empresa u organismo equiparado, de al menos el 80 por ciento de la duración total del módulo, ámbito o proyecto, a partir de la fecha en la que el alumnado se haya matriculado, teniendo que superar en junio todos los RA y criterios de evaluación de dicho módulo en el que se ha perdido la evaluación continua.

D) Baja de oficio: De conformidad con lo dispuesto en el artículo 26.5 del Decreto 147/2025, de 17 de septiembre, los centros docentes sostenidos con fondos públicos iniciarán el procedimiento de anulación de oficio de la matrícula en las ofertas formativas de grados D o E si, una vez iniciadas las actividades lectivas y transcurridos cinco días hábiles, se observase la no incorporación o la inasistencia injustificada y reiterada del alumnado a las mismas. Dicho procedimiento podrá incoarse hasta el 15 de noviembre de cada año. Asimismo, a partir del 15 de noviembre podrá procederse igualmente a la anulación de oficio de la matrícula en aquellos casos en que el alumnado acumule un mínimo de cuarenta y cinco días hábiles de inasistencia injustificada en el conjunto de los módulos en que estuviera matriculado.

E) 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 de los módulos profesionales correspondientes además del que consta en 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 la formación en empresa de este módulo es la siguiente, siendo la actividad destinada:

Ítem (describe detalladamente)	CEV	% RA	No se ha realizado	No sabe hacerlo	Sabe hacerlo con ayuda	Sabe hacerlo de manera autónoma	Sabe hacerlo de manera autónoma y es capaz de ayudar a otros
1. El alumno/a realiza la presentación y demostración del producto y, prevé las posibles objeciones del cliente preparando argumentos a las mismas.	d,e	30 %	☐	☐	☐	☐	☐
2. El alumno/a utiliza técnicas de comunicación verbal y no verbal en situaciones de venta.	f	40 %	☐	☐	☐	☐	☐
3. El alumno planifica los aspectos de la negociación con el cliente y cierra las ventas.	g,h	30 %	☐	☐	☐	☐	☐

El alumno/a debe utilizar estrategias planificadas de argumentación, demostración y cierre de ventas adecuadas, utilizando técnicas de comunicación verbal, no verbal y escrita, en las relaciones comerciales con los clientes de la empresa.

Para llevar a cabo la valoración con esta rúbrica se propone al centro de trabajo que el alumno/a realice como actividad formativa **un informe con las actividades realizadas durante el período de prácticas, reflexionando sobre sus puntos fuertes, debilidades y el progreso a lo largo de las semanas.** Se recomienda que se lleven a cabo entrevistas con el tutor dual de la empresa, así como con otros compañeros/as de trabajo para que le ayuden a analizar y reflexionar.
Todo ello haciendo uso de herramientas digitales.
En ese informe, el alumno/a deberá hacer una valoración sobre su integración personal y profesional en el ambiente de trabajo de la empresa con una propuesta de mejora.

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 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.

Proceso de evaluación de los RA en formación en empresa

La persona que ejerza la tutoría dual en la empresa registrará la evolución del alumnado respecto a los RA y criterios de evaluación aplicables en el módulo correspondiente. Esta valoración se realizará mediante instrumentos específicos: rúbricas cualitativas como el ejemplo que acabamos de ver.

La información recogida por el tutor de empresa se trasladará al profesor responsable del módulo para integrarla en el procedimiento global de evaluación, complementando la evaluación realizada en el centro educativo.

La calificación final del módulo tendrá en cuenta, de manera parcial y ponderada, la valoración realizada por el tutor dual de empresa, asegurando que la experiencia práctica forme parte del proceso de calificación.

La coordinación entre tutor de empresa y profesor del centro será continua, mediante informes periódicos, reuniones y diarios de prácticas y asistencia del alumnado.

El responsable último de la calificación numérica recibida en el RA de empresa es el profesor responsable del módulo.

Recuperación de los RA no superados en la fase de formación en empresa

En caso de que algún alumno/a no pueda desarrollar alguno de los resultados de aprendizaje previstos en su plan de formación individual o no los supere en el centro de trabajo (durante la fase de formación en empresa u organismo equiparado), tendrá que desarrollar un proyecto entregable consistente en la elaboración de un **Proyecto y Simulación Práctica de Plan de Ventas y Atención Comercial**.

El profesor facilitará el material teórico y las explicaciones necesarias para que pueda desarrollarlo entre las evaluaciones final primera y final segunda (junio) en caso de no haber sido superado dicho RA, siendo el instrumento empleado para evaluarlo una rúbrica, este proyecto tendrá que tener una nota igual o superior al cinco para poder superar el RA vinculado a la fase de formación en empresa, en caso contrario ni el RA ni el

módulo finalmente quedarían superados, estando suspenso o suspensa en la segunda evaluación final y definitiva del curso.

Este procedimiento también tendrá lugar si el tutor dual de empresa nos manifiesta en sus rúbricas de evaluación que no se ha desarrollado dicho RA en empresa, en este caso el alumnado no tendrá que esperar al mes de junio para poder desarrollar el proyecto, pudiendo entregarlo antes de la primera evaluación final

Instrumentos de evaluación para alumnado con pérdida de evaluación continua

Para el alumnado que no haya superado la evaluación continua, se establecerá un periodo de recuperación individualizado entre la evaluación inicial final primera y segunda, estructurado en dos semanas:

Cada semana se centrará en temas específicos, incluyendo la realización de ejercicios prácticos y dudas y explicaciones de las entregas de proyectos

Los instrumentos seleccionados permitirán valorar de manera objetiva la adquisición de los RA no alcanzados por la pérdida de la evaluación continua. Entre ellos se incluyen:

- Pruebas escritas y prácticas correspondientes a los temas de cada semana
- Entrega de trabajos o ejercicios desarrollados durante la recuperación, con criterios de corrección previamente definidos
- Rúbricas para la valoración de competencias y procedimientos aplicados en cada actividad y guías de corrección de pruebas teórica-prácticas.
- Cuaderno de seguimiento y registro del progreso del alumnado, anotando resultados, incidencias y observaciones del docente.

La superación del módulo estará condicionada a que el alumnado supere todas las pruebas y entregas de los temas correspondientes a los dos trimestres, incluidos los RA que van a empresa, que anteriormente se ha expuesto como se recupera.

La evaluación para el alumnado con pérdida de evaluación continua abarcará la totalidad de las pruebas y entregas correspondientes a todos los RA y criterios de evaluación del módulo no superados de forma presencial durante las dos semanas del periodo extraordinario entre la final primera y la final segunda

Periodo entre las evaluaciones final primera y final segunda

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 o para subir calificaciones, o cómo se ha explicado por la pérdida de evaluación continua. Se desarrollarán:

A) Actividades de refuerzo (recuperación de resultados no alcanzados)

Estas actividades estarán dirigidas al alumnado que no haya alcanzado de forma satisfactoria alguno de los **c**riterios de evaluación o resultados de aprendizaje (RA) en la evaluación final primera. Su objetivo es reconducir el proceso de aprendizaje, atendiendo a las dificultades detectadas durante la evaluación continua.

Características:

- Individualizadas o en pequeños grupos, según las necesidades detectadas
- Enfocadas en los RA no superados, con tareas específicas de aplicación práctica.
- Utilización de ejercicios de consolidación
- La superación de estos RA pendientes permitirá la superación del módulo o en caso de no superarse de cara a la segunda evaluación final y definitiva, el alumno/a no superará de manera definitiva el módulo profesional

Ejemplos de actividades de refuerzo:

- Ejercicios prácticos de aplicación de contenidos básicos
- Revisión guiada de errores cometidos en pruebas o tareas anteriores
- Tutorías individualizadas para reforzar competencias específicas
- Actividades en aula virtual

La asistencia en junio a clase para las actividades de refuerzo es obligatoria.

B) Actividades de mejora o ampliación (subir nota o profundizar)

Estas actividades se ofrecen al alumnado que haya alcanzado los resultados de aprendizaje, pero desee **mejorar su calificación**

Características:

- De carácter **voluntario**
- Pueden contribuir a **incrementar la calificación final del módulo**, siempre que se evidencie un nivel de logro superior a los mínimos exigidos.

Ejemplos de actividades de mejora:

- Elaboración de un proyecto complementario o mejora de uno existente
- Desarrollo de una propuesta creativa, campaña o simulación avanzada
- Investigación o análisis de casos reales de empresas del sector

La asistencia del alumnado para subir nota es solo puntual, no todo el mes de junio, por el tiempo necesario para poder demostrar la subida de nota en los RA que previamente le haya comunicado el profesor, deben solicitar por escrito su deseo de subir nota en el módulo profesional.

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

En el caso del grupo solo consta un alumno con **dislexia**, se aplicarán los mismos **instrumentos y criterios de evaluación** que al resto del grupo, sin realizar **adaptaciones significativas ni ampliar el tiempo de examen**, con las siguientes excepciones:

- No se le tendrán en cuenta las faltas de ortografía al calificar los contenidos escritos, garantizando así que la valoración se centre en el conocimiento, la comprensión y la aplicación de competencias profesionales, y no en dificultades específicas de lectoescritura.
- Explicar verbalmente las indicaciones de exámenes, prácticas o trabajos, además de proporcionarle por escrito dichas cosas
- Sesiones de orientación o aclaración de dudas sobre contenidos, planificación de actividades y estrategias de estudio, siempre que el alumno lo solicite.
- Explicación o resumen de textos técnicos o de lectura densa, facilitando la comprensión de conceptos clave
- La calificación final se obtendrá de la misma manera que para el resto del alumnado, garantizando igualdad de oportunidades y equidad en la evaluación.
- La atención se centra en facilitar el aprendizaje y la comprensión de los contenidos, sin modificar los instrumentos ni la exigencia de los RA.

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 relacionadas con la materia	Todo el curso
Visita a departamentos de Comercio y Marketing de empresas	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. 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	**Sostenibilidad aplicada al sistema productivo (1708)**
Ciclo	**T.M. Actividades Comerciales**
Curso	**Primero**
Familia	**Comercio y marketing**
Profesor/a	**Julia López HUERTAS**
Curso	**2026/27**

IES Huerta Alta

Unión Europea
Fondo Social Europeo
"El FSE invierte en tu futuro"
JUNTA DE ANDALUCIA
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.

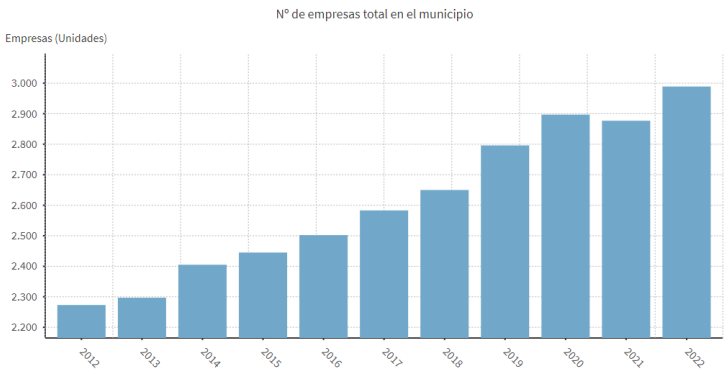
Con respecto a las comunicaciones Alhaurín de la Torre es accesible de las siguientes maneras: por el desvío de la N-340 Málaga-Cádiz: la A-404 dirección a Coín, a través de la autovía Campanillas-Parque Tecnológico sentido Cártama: salida a Churriana. y a través de la hiperronda de Málaga (MA-30), inaugurada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

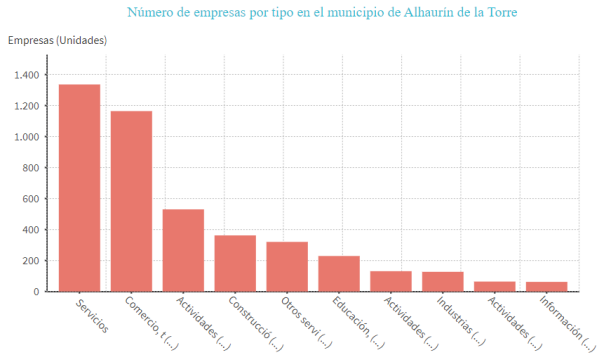
La renta bruta media del municipio ha experimentado crecimientos constantes en los últimos años de manera paralela al crecimiento de la población, siendo la mayor de la comarca del Guadalhorce.

El nivel educativo refleja bajo analafabetismo solo 390 personas según el IAE, y siendo el mayor porcentaje el de personas que tienen la enseñanza secundaría 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. Ley 17/2007, de 10 de diciembre, de Educación 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. Orden de 28 de julio de 2015, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales.
12. Decreto 327/2010, de 13 de julio, por el que se aprueba el Reglamento Orgánico de los Institutos de Educación Secundaria.
13. Decreto 147/2025, de 17 de septiembre de 2025, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas de los Grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía.
14. Orden de 18 de septiembre de 2025, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía.
15. Orden de 26 de septiembre de 2025, por la que se regula la fase de formación en empresa u organismo equiparado de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional de la Comunidad Autónoma de Andalucía.

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:

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.

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.

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.

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.

r) Realizar la gestión básica para la creación y funcionamiento de una pequeña empresa y tener iniciativa en su actividad profesional.

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 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) a) Se han identificado los principales retos ambientales y sociales. b) b) Se han relacionado los retos ambientales y sociales con el desarrollo de la actividad económica. c) c) Se ha analizado el efecto de los impactos ambientales y sociales sobre las personas y los sectores productivos. d) d) Se han identificado las medidas y acciones encaminadas a minimizar los impactos ambientales y sociales. e) 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	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

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.	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	2T_Eval final

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 la 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.

Orientaciones pedagógicas:

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para el desarrollo de **conocimientos y competencias clave** en el ámbito de la **sostenibilidad, la economía verde y el impacto ambiental** de la actividad profesional, adaptados a las exigencias de la transición ecológica en el sector.

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.
- 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. La sostenibilidad y sus retos	4 horas	**PRIMER TRIMESTRE**	1. a, b, c, d, e, f
UD 2. Las metas de la sostenibilidad: los ODS	5 horas	**PRIMER TRIMESTRE**	2. a, b, c, d, e
UD3. Empresa y medio ambiente: los aspectos ASG	4 horas	**PRIMER TRIMESTRE**	3. a, b, c
UD 4. Diseño y producción sostenible	5 horas	**SEGUNDO TRIMESTRE**	4. a, b, c, d, e, f
UD 5. Midiendo la sostenibilidad	8horas (DUALES)	**2º TRIMESTRE -EVAL FINAL 1**	5. a, b, c, d, e, f, g, h, i
UD6. Plan de sostenibilidad	6 horas	**SEGUNDO 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 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 18 de septiembre de 2025**, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía, se evaluará cada uno de los siguientes resultados de aprendizaje mediante las evidencias descritas en las siguientes tablas, atendiendo a lo siguientes **procedimientos, técnicas e instrumentos de evaluación:**
La evaluación del módulo se llevará a cabo mediante procedimientos, técnicas e instrumentos variados, flexibles, accesibles y adaptados a las características del alumnado, asegurando una valoración continua y global del grado de consecución de los resultados de aprendizaje y de los criterios de evaluación asociados. Para cada criterio de evaluación se aplicarán distintos instrumentos que permitan observar el progreso competencial del alumnado desde diferentes perspectivas.

Procedimientos de evaluación:

- Observación sistemática del desempeño del alumnado en actividades individuales y grupales.
- Valoración continua de los trabajos, proyectos y tareas realizadas en el aula o en entornos simulados.
- Revisión y análisis de evidencias de aprendizaje (portafolios, informes, presentaciones, productos finales, pruebas prácticas…).
- Autoevaluación y coevaluación como estrategias de reflexión y mejora del propio proceso de aprendizaje.

Técnicas de evaluación:

- Observación directa y registro de actitudes, destrezas y comportamientos.
- Análisis de producciones escritas y digitales.
- Resolución de casos prácticos y situaciones simuladas.
- Entrevistas o tutorías individualizadas para recoger información cualitativa del proceso.

Instrumentos de evaluación:

- Rúbricas específicas para cada resultado de aprendizaje.
- Listas de cotejo (checklists) para el control del progreso.
- Portafolio de evidencias.
- Guía de corrección
- Cuaderno del profesor/a como registro de observaciones y calificaciones parciales.

Estos instrumentos se seleccionarán de forma coherente con las actividades de enseñanza-aprendizaje y permitirán la recogida de información válida y fiable, garantizando la accesibilidad para todo el alumnado y la posibilidad de ajustes metodológicos según sus necesidades.
Estos instrumentos se seleccionarán de forma coherente con las actividades de enseñanza-aprendizaje y permitirán la recogida de información válida y fiable, garantizando la accesibilidad para todo el alumnado y la posibilidad de ajustes metodológicos según sus necesidades.

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. PESO ANUAL: 20%				
Criterio de evaluación	**PESO**	PROCEDIMIENTO	TÉCNICA	INSTRUMENTO
a) Se ha descrito el concepto de sostenibilidad, estableciendo los marcos internacionales asociados al desarrollo sostenible.	10%	Revisión entrega práctica Observación sistemática Valoración del trabajo de aula	Casos prácticos Pruebas orales/debates Análisis de producciones escritas y digitales	Portafolio de evidencias Guía corrección ENTREGA 1 (15%) Guía de corrección DEBATE 1 (5%)
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.	10%			
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				

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.. PESO ANUAL: 15%				
Criterio de evaluación	**PESO**	PROCEDIMIENTO	TÉCNICA	INSTRUMENTO
a) Se han identificado los principales retos ambientales y sociales.	5 %	Revisión entrega práctica Observación sistemática Valoración del trabajo de aula	Casos prácticos Pruebas orales/debates Análisis de producciones escritas y digitales	Portafolio de evidencias Guía corrección ENTREGA 2 (10%) Guía de corrección DEBATE 2 (5%)
b) Se han relacionado los retos ambientales y sociales con el desarrollo de la actividad económica.	5%			
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.	5%			
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. PESO ANUAL: 15				
Criterio de evaluación	**PESO**	PROCEDIMIENTO	TÉCNICA	INSTRUMENTO
a) Se han identificado los ODS más relevantes para la actividad profesional que realiza.	10%	Revisión entrega práctica Observación sistemática Valoración del trabajo de aula	Casos prácticos Pruebas orales/debates	Guía corrección ENTREGA 3 (10%) Guía de corrección DEBATE 3 (5%)
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.	5%			

RA 4: Propón productos y servicios responsables teniendo en cuenta los principios de la economía circular.PESO ANUAL: 20%				
Criterio de evaluación		PROCEDIMIENTO	TÉCNICA	INSTRUMENTO
a) Se ha caracterizado el modelo de producción y consumo actual.	10%	Revisión entrega práctica Observación sistemática Valoración del trabajo de aula	Casos prácticos Pruebas orales/debates Análisis de producciones escritas y digitales	Guía corrección ENTREGA 4 (15%) Guía de corrección DEBATE 4 (5%) u
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.	10%			
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 (RA dualizado, va a empresa) PESO ANUAL: 5%				
Criterio de evaluación	**PESO**	PROCEDIMIENTO	TÉCNICA	INSTRUMENTO
a) Se ha caracterizado el modelo de producción y consumo actual.	5%	Observación sistemática en centro de trabajo y reuniones con tutores duales de empresa	Análisis de producciones Observación directa Entrevistas con tutores o alumnos	Rúbrica tutor dual de empresa (5%)
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. PESO ANUAL: 25%				
Criterio de evaluación		PROCEDIMIENTO	TÉCNICA	INSTRUMENTO
a) Se han identificado los principales grupos de interés de la empresa.	10%	Revisión entrega práctica Observación sistemática Valoración del trabajo de aula	Casos prácticos Pruebas orales/debates Análisis de producciones escritas y digitales	Guía corrección ENTREGA 5 (15%) Guía de corrección DEBATE 5 (5%) Portafolio de evidencias
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.	5%			
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.	10%			
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 18 de septiembre de 2025, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

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. La superación de cualquier módulo profesional requiere la evaluación positiva de todos los resultados de aprendizaje (RA) que lo componen, sean o no formación en la empresa.

En consecuencia, la calificación final del módulo será positiva únicamente cuando el alumno o alumna haya alcanzado de forma satisfactoria todos los RA, conforme a los criterios de evaluación establecidos para cada uno de ellos. Esto incluye también al módulo de proyecto intermodular.

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

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 contínua: En virtud de lo establecido del artículo 27.5 y 27.6 del Decreto 147/2025, de 17 de septiembre, la evaluación continua de los aprendizajes requerirá la asistencia regular y obligatoria, tanto en el centro docente como en la fase de formación en empresa u organismo equiparado, de al menos el 80 por ciento de la duración total del módulo, ámbito o proyecto, a partir de la fecha en la que el alumnado se haya matriculado, teniendo que superar en junio todos los RA y criterios de evaluación de dicho módulo en el que se ha perdido la evaluación continua.

D) Baja de oficio: De conformidad con lo dispuesto en el artículo 26.5 del Decreto 147/2025, de 17 de septiembre, los centros docentes sostenidos con fondos públicos iniciarán el procedimiento de anulación de oficio de la matrícula en las ofertas formativas de grados D o E si, una vez iniciadas las actividades lectivas y transcurridos cinco días hábiles, se observase la no incorporación o la inasistencia injustificada y reiterada del alumnado a las mismas. Dicho procedimiento podrá incoarse hasta el 15 de noviembre de cada año. Asimismo, a partir del 15 de noviembre podrá procederse igualmente a la anulación de oficio de la matrícula en aquellos casos en que el alumnado acumule un mínimo de cuarenta y cinco días hábiles de inasistencia injustificada en el conjunto de los módulos en que estuviera matriculado.

E)) 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 de los módulos profesionales correspondientes además del que consta en 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 la formación en empresa de este módulo es la siguiente, siendo la actividad destinada :

ITEM	CEV	% RA	No se ha hecho	No sabe hacerlo	Sabe hacerlo con ayuda	Sabe hacerlo de manera autónoma	Sabe hacerlo de manera autónoma y es capaz de ayudar a otros
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,e	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)	f,g	40%					
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	c, d	20%					

optimización del uso de recursos, programas de reciclaje etc							

Para llevar a cabo la valoración con esta rúbrica se propone al centro de trabajo que el alumno/a realice como actividad formativa **un informe con las actividades realizadas durante el período de prácticas, reflexionando sobre sus puntos fuertes, debilidades y el progreso a lo largo de las semanas.** Se recomienda que se lleven a cabo entrevistas con el tutor dual de la empresa, así como con otros compañeros/as de trabajo para que le ayuden a analizar y reflexionar.

Todo ello haciendo uso de herramientas digitales.

En ese informe, el alumno/a deberá hacer una valoración sobre su integración personal y profesional en el ambiente de trabajo de la empresa con una propuesta de mejora.

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 éstas, 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 ésta 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.

Proceso de evaluación de los RA en formación en empresa

La persona que ejerza la tutoría dual en la empresa registrará la evolución del alumnado respecto a los RA y criterios de evaluación aplicables en el módulo correspondiente. Esta valoración se realizará mediante instrumentos específicos: rúbricas cualitativas como el ejemplo que acabamos de ver.

La información recogida por el tutor de empresa se trasladará al profesor responsable del módulo para integrarla en el procedimiento global de evaluación, complementando la evaluación realizada en el centro educativo.

La calificación final del módulo tendrá en cuenta, de manera parcial y ponderada, la valoración realizada por el tutor dual de empresa, asegurando que la experiencia práctica forme parte del proceso de calificación.

La coordinación entre tutor de empresa y profesor del centro será continua, mediante informes periódicos, reuniones y diarios de prácticas y asistencia del alumnado.

El responsable último de la calificación numérica recibida en el RA de empresa es el profesor responsable del módulo.

Recuperación de los RA no superados en la fase de formación en empresa

En caso de que algún alumno/a no pueda desarrollar alguno de los resultados de aprendizaje previstos en su plan de formación individual o no los supere en el centro de trabajo (durante la fase de formación en empresa u organismo equiparado), tendrá que desarrollar un proyecto entregable consistente en la elaboración de un informe sobre su estancia en la empresa durante el periodo de prácticas.

El profesor facilitará el material teórico y las explicaciones necesarias para que pueda desarrollarlo entre las evaluaciones final primera y final segunda (junio) en caso de no haber sido superado dicho RA, siendo el instrumento empleado para evaluarlo una rúbrica, este proyecto tendrá que tener una nota igual o superior al cinco para poder superar el RA vinculado a la fase de formación en empresa, en caso contrario ni el RA ni el módulo finalmente quedarían superados, estando suspenso o suspensa en la segunda evaluación final y definitiva del curso.

Este procedimiento también tendrá lugar si el tutor dual de empresa nos manifiesta en sus rúbricas de evaluación que no se ha desarrollado dicho RA en empresa, en este caso el alumnado no tendrá que esperar al mes de junio para poder desarrollar el proyecto, pudiendo entregarlo antes de la primera evaluación final

Instrumentos de evaluación para alumnado con pérdida de evaluación continua

Para el alumnado que no haya superado la evaluación continua, se establecerá un periodo de recuperación individualizado entre la evaluación inicial final primera y segunda, estructurado en dos semanas:

Cada semana se centrará en temas específicos, incluyendo la realización de ejercicios prácticos y dudas y explicaciones de las entregas de proyectos.

Los instrumentos seleccionados permitirán valorar de manera objetiva la adquisición de los RA no alcanzados por la pérdida de la evaluación continua. Entre ellos se incluyen:

- Pruebas escritas y prácticas.
- Entrega de trabajos o ejercicios desarrollados durante la recuperación, con criterios de corrección previamente definidos.
- Rúbricas para la valoración de competencias y procedimientos aplicados en cada actividad y guías de corrección de pruebas teórica-prácticas.
- Cuaderno de seguimiento y registro del progreso del alumnado, anotando resultados, incidencias y observaciones del docente.

La superación del módulo estará condicionada a que el alumnado supere todas las pruebas y entregas de los temas correspondientes a los dos trimestres, incluidos los RA que van a empresa, que anteriormente se ha expuesto cómo se recupera. **La prueba global abarcará la evaluación criterial de todos los Resultados de Aprendizaje no superados o afectados por la pérdida de evaluación continua durante el periodo extraordinario.**

Periodo entre las evaluaciones final primera y final segunda

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 o para subir calificaciones, o cómo se ha explicado por la pérdida de evaluación continua. Se desarrollaran:

A) Actividades de refuerzo (recuperación de resultados no alcanzados)

Estas actividades estarán dirigidas al alumnado que no haya alcanzado de forma satisfactoria alguno de los **c**riterios de evaluación o resultados de aprendizaje (RA) en la evaluación final primera. Su objetivo es reconducir el proceso de aprendizaje, atendiendo a las dificultades detectadas durante la evaluación continua.

Características:

- Individualizadas o en pequeños grupos, según las necesidades detectadas.
- Enfocadas en los RA no superados, con tareas específicas de aplicación práctica.
- Utilización de ejercicios de consolidación.
- La superación de estos RA pendientes permitirá la superación del módulo o en caso de no superarse de cara a la segunda evaluación final y definitiva, el alumno/a no superará de manera definitiva el módulo profesional.

Ejemplos de actividades de refuerzo:

- Ejercicios prácticos de aplicación de contenidos básicos.
- Revisión guiada de errores cometidos en pruebas o tareas anteriores.
- Tutorías individualizadas para reforzar competencias específicas.
- Actividades en classroom.

La asistencia en junio a clase para las actividades de refuerzo es obligatoria.

B) Actividades de mejora o ampliación (subir nota o profundizar)

Estas actividades se ofrecen al alumnado que haya alcanzado los resultados de aprendizaje, pero desee **mejorar su calificación**. El alumno/a que quiere mejorar su calificación **deberá solicitarlo por escrito, y en formulario que a tal efecto, le proporcionará el profesor.**

Características:

- De carácter **voluntario.**
- Pueden contribuir a **incrementar la calificación final del módulo**, siempre que se evidencie un nivel de logro superior a los mínimos exigidos.

Ejemplos de actividades de mejora:

- Elaboración de un proyecto complementario o mejora de uno existente
- Investigación o análisis de casos reales.

La asistencia del alumnado para subir nota es solo puntual, no todo el mes de junio, por el tiempo necesario para poder demostrar la subida de nota en los RA que previamente le haya comunicado el profesor, **deben solicitar por escrito** su deseo de subir nota en el módulo profesional.

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

En el caso del grupo solo consta un alumno con **dislexia**, se aplicarán los mismos **instrumentos y criterios de evaluación** que al resto del grupo, sin realizar **adaptaciones significativas ni ampliar el tiempo de examen**, con las siguientes excepciones:

- No se le tendrán en cuenta las faltas de ortografía al calificar los contenidos escritos, garantizando así que la valoración se centre en el conocimiento, la comprensión y la aplicación de competencias profesionales, y no en dificultades específicas de lectoescritura.
- Explicar verbalmente las indicaciones de exámenes, prácticas o trabajos, además de proporcionarle por escrito dichas cosas
- Sesiones de orientación o aclaración de dudas sobre contenidos, planificación de actividades y estrategias de estudio, siempre que el alumno lo solicite.
- Explicación o resumen de textos técnicos o de lectura densa, facilitando la comprensión de conceptos clave
- La calificación final se obtendrá de la misma manera que para el resto del alumnado, garantizando igualdad de oportunidades y equidad en la evaluación.
- La atención se centra en facilitar el aprendizaje y la comprensión de los contenidos, sin modificar los instrumentos ni la exigencia de los RA.

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.
- Cultura y conocimiento sobre la Unión Europea: siempre que sea posible, con especial hincapié en la empleabilidad que ello supone, y en la valoración positiva de la ciudadanía europea. Los instrumentos a utilizar pueden ser investigaciones, debates, visitas virtuales, y movilidad del alumnado dentro del programa Erasmus +
- 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 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: fundamental 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, 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, y de **diseño de espacios y decoración**. En general deberán usar el ordenador para trabajar en la plataforma Classroom, realizar búsquedas de información, actividades, trabajos, etc.

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	Todo el curso

marketing	
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
Participación en eventos de decoración y escaparatismo	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 responsables según la economía circular.

Programación didáctica

Módulo	**(1228) TÉCNICAS DE ALMACÉN**
Ciclo	**GRADO MEDIO ACTIVIDADES COMERCIALES**
Curso	**Primero**
Familia	**Comercio y marketing**
Profesor/a	**Julia Hernández Pérez**
Curso	**2026/27**

IES Huerta Alta

Unión Europea
Fondo Social Europeo
"El FSE invierte en tu futuro"
JUNTA DE ANDALUCIA
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

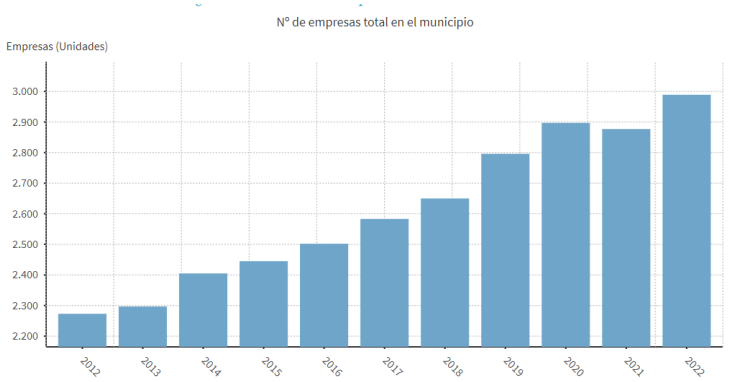
de la N-340 Málaga-Cádiz: la A-404 dirección a Coín, a través de la autovía Campanillas-Parque Tecnológico sentido Cártama: salida a Churriana. y a través de la hiperronda de Málaga (MA-30), inaugurada en noviembre de 2011 que parte desde el Enlace de las Virreinas a Torremolinos y que conecta con la 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.

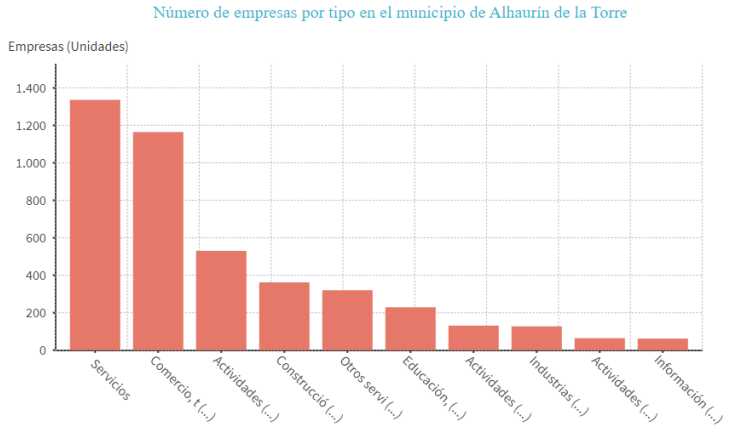
La renta bruta media del municipio ha experimentado crecimientos constantes en los últimos años de manera paralela al crecimiento de la población, siendo la mayor de la comarca del Guadalhorce.

El nivel educativo refleja bajo analafabetismo solo 390 personas según el IAE, y siendo el mayor porcentaje el de personas que tienen la enseñanza secundaría 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. Ley 17/2007, de 10 de diciembre, de Educación 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 si fijan sus enseñanzas mínimas.
11. Orden de 28 de julio de 2015, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales
12. Decreto 327/2010, de 13 de julio, por el que se aprueba el Reglamento Orgánico de los Institutos de Educación Secundaria
13. Decreto 147/2025, de 17 de septiembre de 2025, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas de los Grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía
14. Orden de 18 de septiembre de 2025, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía
15. Orden de 26 de septiembre de 2025, por la que se regula la fase de formación en empresa u organismo equiparado de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional de la Comunidad Autónoma de Andalucía

16. Instrucciones de 20 de mayo de 2026 de la Dirección General de Formación Profesional y Educación Permanente, por la que se establecen aspectos relativos a la evaluación final del alumnado de las enseñanzas de los grados d y e del sistema de formación profesional para el curso 2025/2026 en los centros docentes de la comunidad autónoma de andalucía.

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:

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. 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. Layout 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 considerando 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	Aplicación de técnicas de gestión de stocks de mercancías: - Los stocks de mercancías. - Clases de stocks.

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.	- 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	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

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.	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 prevención 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	X	
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	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 CE: f), g) y h)	X EN EMPRESA CE: a), b), c), d) e), i)
4. Aplica técnicas de gestión de stocks de mercancías en el almacén, analizando parámetros de control y realizando inventarios.		X	
5. Programa las actividades diarias del personal del almacén, garantizando el desarrollo efectivo y eficaz de las actividades del almacén.		X	
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 prevención 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 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 **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 duales 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 LOGÍSTICA Y PLANIFICACIÓN DE ALMACÉN	7 horas	**PRIMER TRIMESTRE**	RA1 a)
UD. 2 DISEÑO DE ALMACÉN Y EQUIPOS DE ALMACENAJE	9 horas	**PRIMER TRIMESTRE**	RA1 d), e) y f) y RA2 a)

UD. 3 ALMACENAJE DE MERCANCÍAS Y CARGAS	16 horas	**PRIMER TRIMESTRE**	RA1 b) y c)
UD. 4 RECEPCIÓN Y REGISTRO DE MERCANCÍAS	10 horas	**PRIMER TRIMESTRE**	RA1 d), e) y f); RA2 todos y RA4 g)
UD. 5 GESTIÓN DE STOCKS: TAMAÑO Y ROTACIÓN	20 horas	**SEGUNDO TRIMESTRE**	RA 4 a), b), c) y d)
UD. 6 GESTIÓN DE EXISTENCIAS E INVENTARIOS	10 horas	**SEGUNDO TRIMESTRE**	RA4 e) y f)
UD7 EMBALAJE Y EXPEDICIÓN DE MERCANCÍAS	28 horas	**EN LA EMPRESA**	RA3 a), b), c), d), e) e i)
UD8 TRANSPORTE Y ENTREGA DE MERCANCÍAS	8 horas	**SEGUNDO TRIMESTRE**	RA 3 f), g) y h)
UD 9 PERSONAL DE ALMACÉN Y GESTIÓN INFORMÁTICA	10 horas	**SEGUNDO TRIMESTRE**	RA5 todos y RA 6 todos
UD 10 NORMAS DE SEGURIDAD Y PREVENCIÓN DE RIESGOS EN ALMACENES	10 horas	**PRIMER TRIMESTRE**	RA 7 todos
TOTAL HORAS	128 horas		

Planteamiento metodológico y actividades.

Como se ha expuesto anteriormente la programación se ha organizado en 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 18 de septiembre de 2025, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía, se evaluará cada uno de los siguientes resultados de aprendizaje mediante las evidencias descritas en las siguientes tablas, atendiendo a lo siguientes **procedimientos, técnicas e instrumentos de evaluación:**

La evaluación del módulo se llevará a cabo mediante procedimientos, técnicas e instrumentos variados, flexibles, accesibles y adaptados a las características del alumnado, asegurando una valoración continua y global del grado de consecución de los resultados de aprendizaje y de los criterios de evaluación asociados.

Para cada criterio de evaluación se aplicarán distintos instrumentos que permitan observar el progreso competencial del alumnado desde diferentes perspectivas.

Procedimientos de evaluación:

- Observación sistemática del desempeño del alumnado en actividades individuales y grupales.
- Valoración continua de los trabajos, proyectos y tareas realizadas en el aula o en entornos simulados.
- Revisión y análisis de evidencias de aprendizaje (portafolios, informes, presentaciones, productos finales, pruebas prácticas…).
- Autoevaluación y coevaluación como estrategias de reflexión y mejora del propio proceso de aprendizaje.

Técnicas de evaluación:

- Observación directa y registro de actitudes, destrezas y comportamientos.
- Análisis de producciones escritas y digitales.
- Resolución de casos prácticos y situaciones simuladas.

- Entrevistas o tutorías individualizadas para recoger información cualitativa del proceso.

Instrumentos de evaluación:

- Rúbricas específicas para cada resultado de aprendizaje.
- Listas de cotejo (checklists) para el control del progreso.
- Portafolio de evidencias, cuaderno de clase.
- Guía de corrección
- Cuaderno del profesor/a como registro de observaciones y calificaciones parciales.

Estos instrumentos se seleccionarán de forma coherente con las actividades de enseñanza-aprendizaje y permitirán la recogida de información válida y fiable, garantizando la accesibilidad para todo el alumnado y la posibilidad de ajustes metodológicos según sus necesidades.

RA: 1 Planifica las tareas diarias necesarias para realizar las operaciones y flujos de mercancías del almacén, optimizando los recursos disponibles.		
Criterio de evaluación	**Evidencia/*Instrumento***	**Peso 14%**
a) Se ha organizado la información de las operaciones y flujos previstos en el almacén durante un determinado periodo de tiempo	Prueba y trabajo diario / Rúbricas y escala de observación	Todos por igual
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.		

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	**Evidencia / Instrumento**	**Peso 14%**
a) Se ha organizado la descarga de las mercancías de los vehículos, asignándole el muelle correspondiente del almacén.	Prueba, trabajo diario y exposición / Rúbricas y escala de observación	Todos por igual
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.		

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	**Evidencia /Instrumento**	**Peso 10%**
a) Se han transmitido las instrucciones de preparación de pedidos por el sistema de gestión implantado.	Prueba para el centro y valoración del tutor laboral para los criterios en la fase de formación en empresa CE a), b), c), d),h)/Check list En el centro e), f) y g)/Rúbricas y escala de observación	Todos por igual
b) Se ha optimizado la colocación de mercancías en las unidades de carga, minimizando huecos y asegurando la estiba de las mismas.		
c) Se ha determinado el método de preparación de pedidos y/o embalaje más adecuado a las características de la mercancía y del almacén		
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		

RA: 4 Aplica técnicas de gestión de stocks de mercancías en el almacén, analizando parámetros de control y realizando inventarios.		
Criterio de evaluación	**Evidencia/Instrumento**	**Peso 30%**
a) Se han calculado los parámetros de gestión y control de inventarios utilizados habitualmente en el almacén	Prueba Trabajo diario /Rúbricas y escala de observación	Todos por igual
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.		

RA: 5 Programa las actividades diarias del personal del almacén, garantizando el desarrollo efectivo y eficaz de las actividades del almacén.

Criterio de evaluación	Evidencia/Instrumento	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.	Prueba y trabajo diario /Rúbricas y escala de observación	Todos por igual
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.		

RA: 6 Maneja aplicaciones informáticas de gestión y organización de almacenes que mejoren el sistema de calidad		
Criterio de evaluación	**Evidencia /Instrumento**	**Peso 10%**
a) Se han determinado las principales tareas del almacén que pueden ser gestionadas de forma eficiente mediante aplicaciones informáticas.	Prueba y trabajo diario/Rúbricas y escala de observación	Todos por igual
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 prevención de accidentes laborales.		
Criterio de evaluación	**Evidencia /Instrumento**	**Peso 12%**
a) Se han determinado las incidencias y accidentes más comunes en el trabajo diario dentro de un almacén.	Prueba, trabajo diario, y actividades./Rúbricas y escala de observación	Todos por igual
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 18 de septiembre de 2025, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

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:

17. La superación de cualquier módulo profesional requiere la evaluación positiva de todos los resultados de aprendizaje (RA) que lo componen, sean o no formación en la empresa.
En consecuencia, la calificación final del módulo será positiva únicamente cuando el alumno o alumna haya alcanzado de forma satisfactoria todos los RA, conforme a los criterios de evaluación establecidos para cada uno de ellos. Esto incluye también al módulo de proyecto intermodular

- Se necesitará obtener como mínimo una puntuación de **5 puntos, utilizando una evaluación criterial para aprobar cada una de ellas**
- 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.
- 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. Esto incluye el uso de la IA, internet o dispositivos móviles cuando no haya sido aprobado su uso por el docente, este utilizará los instrumentos correspondientes para garantizar que se realizó tal uso indebido.
- Para superar el módulo se han de aprobar todas las pruebas teórico-prácticas.
- 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 contínua: En virtud de lo establecido del artículo 27.5 y 27.6 del Decreto 147/2025, de 17 de septiembre, la evaluación continua de los aprendizajes requerirá la asistencia regular y obligatoria, tanto en el centro docente como en la fase de formación en empresa u organismo equiparado, de al menos el 80 por ciento de la duración total del módulo, ámbito o proyecto, a partir de la fecha en la que el alumnado se haya matriculado, teniendo que superar en junio todos los RA y criterios de evaluación de dicho módulo en el que se ha perdido la evaluación continua.

D) Baja de oficio: De conformidad con lo dispuesto en el artículo 26.5 del Decreto 147/2025, de 17 de septiembre, los centros docentes sostenidos con fondos públicos iniciarán el procedimiento de anulación de oficio de la matrícula en las ofertas formativas de grados D o E si, una vez iniciadas las actividades lectivas y transcurridos cinco días hábiles, se observase la no incorporación o la inasistencia injustificada y reiterada del alumnado a las mismas. Dicho procedimiento podrá incoarse hasta el 15 de noviembre de cada año. Asimismo, a partir del 15 de noviembre podrá procederse igualmente a la anulación de oficio de la matrícula en aquellos casos en que el alumnado acumule un mínimo de cuarenta y cinco días hábiles de inasistencia injustificada en el conjunto de los módulos en que estuviera matriculado.

E) 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 de los módulos profesionales correspondientes además del que consta en 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 la formación en empresa de este módulo es la siguiente, siendo la actividad destinada :

RA	DESCRIPCIÓN LOGRO	PESO %	NO SE HA REALIZADO	NO SABE HACERLO	SABE HACERLO CON AYUDA	SABE HACERLO DE MANERA AUTÓNOMA	SABE HACERLO DE MANERA AUTÓNOMA Y ES CAPAZ DE AYUDAR A OTROS
RA3	El alumno/a realiza la preparación de pedidos de la	10%	☐	☐	☐	☐	☐
	El alumno/a gestiona la documentación del envío		☐	☐	☐	☐	☐
	El alumno/a gestiona el transporte elegido por el cliente		☐	☐	☐	☐	☐

Para llevar a cabo la valoración con esta rúbrica se propone al centro de trabajo que el alumno/a realice envíos de mercancías y prepare la documentación acorde con lo solicitado por el cliente.

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.

Rúbrica exposiciones:

GRUPO		TEMA			
ALUMNO	CONTENIDO	DISEÑO	EXPRESIÓN ORAL	VOCABULARIO ESPECÍFICO	PREGUNTA INDIVIDUAL

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.

Proceso de evaluación de los RA en formación en empresa

La persona que ejerza la tutoría dual en la empresa registrará la evolución del alumnado respecto a los RA y criterios de evaluación aplicables en el módulo correspondiente. Esta valoración se realizará mediante instrumentos específicos: rúbricas cualitativas como el ejemplo que acabamos de ver.

La información recogida por el tutor de empresa se trasladará al profesor responsable del módulo para integrar en el procedimiento global de evaluación, complementando la evaluación realizada en el centro educativo.

La calificación final del módulo tendrá en cuenta, de manera parcial y ponderada, la valoración realizada por el tutor dual de empresa, asegurando que la experiencia práctica forme parte del proceso de calificación.

La coordinación entre tutor de empresa y profesor del centro será continua, mediante informes periódicos, reuniones y diarios de prácticas y asistencia del alumnado.

El responsable último de la calificación numérica recibida en el RA de empresa es el profesor responsable del módulo.

Recuperación de los RA no superados en la fase de formación en empresa

En caso de que algún alumno/a no pueda desarrollar alguno de los resultados de aprendizaje previstos en su plan de formación individual o no los supere en el centro de trabajo (durante la fase de formación en empresa u organismo equiparado), tendrá que desarrollar un proyecto entregable consistente en la elaboración de procedimiento de entrega de mercancía acorde con la empresa de la formación, deberá incluir pedido, albarán y packing list con todos los campos rellenos así como el proceso de preparación de la mercancía.

El profesor facilitará el material teórico y las explicaciones necesarias para que pueda desarrollarlo entre las evaluaciones final primera y final segunda (junio) en caso de no haber sido superado dicho RA, siendo el instrumento empleado para evaluar una rúbrica, este proyecto tendrá que tener una nota igual o superior al cinco para poder superar el RA vinculado a la fase de formación en empresa, en caso contrario ni el RA ni el módulo finalmente quedarían superados, estando suspenso o suspensa en la segunda evaluación final y definitiva del curso.

Este procedimiento también tendrá lugar si el tutor dual de empresa nos manifiesta en sus rúbricas de evaluación que no se ha desarrollado dicho RA en empresa, en este caso el alumnado no tendrá que esperar al mes de junio para poder desarrollar el proyecto, pudiendo entregarlo antes de la primera evaluación final

Instrumentos de evaluación para alumnado con pérdida de evaluación continua

Para el alumnado que no haya superado la evaluación continua se establecerá un periodo de recuperación individualizado entre la evaluación inicial final primera y segunda, estructurado en dos semanas, si bien también puede presentarse a la convocatoria antes de la primera evaluación final (entregas y pruebas correspondientes a toda la materia) siempre que lo solicite por adelantado y en tiempo y forma, en caso de no aprobar pasaría a tener otra oportunidad en la segunda evaluación final.

Con respecto al periodo de recuperación individualizado entre la evaluación inicial final primera y segunda:

Cada semana se centrará en temas específicos, incluyendo la realización de ejercicios prácticos y dudas y explicaciones de las entregas de proyectos

Los instrumentos seleccionados permitirán valorar de manera objetiva la adquisición de los RA no alcanzados por la pérdida de la evaluación continua. Entre ellos se incluyen:

- Pruebas escritas y prácticas correspondientes a los temas de cada semana
- Entrega de trabajos o ejercicios desarrollados durante la recuperación, con criterios de corrección previamente definidos
- Rúbricas para la valoración de competencias y procedimientos aplicados en cada actividad y guías de corrección de pruebas teórica-prácticas.
- Cuaderno de seguimiento y registro del progreso del alumnado, anotando resultados, incidencias y observaciones del docente.

La superación del módulo estará condicionada a que el alumnado supere todas las pruebas y entregas de los temas correspondientes a los dos trimestres, incluidos los RA que van a empresa, que anteriormente se ha expuesto cómo se recupera.

Periodo entre las evaluaciones final primera y final segunda

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 o para subir calificaciones, o cómo se ha explicado por la pérdida de evaluación continua. Se desarrollaran:

A) Actividades de refuerzo (recuperación de resultados no alcanzados)

Estas actividades estarán dirigidas al alumnado que no haya alcanzado de forma satisfactoria alguno de los **c**riterios de evaluación o resultados de aprendizaje (RA) en la evaluación final primera.
Su objetivo es reconducir el proceso de aprendizaje, atendiendo a las dificultades detectadas durante la evaluación continua.

Características:

- Individualizadas o en pequeños grupos, según las necesidades detectadas
- Enfocadas en los RA no superados, con tareas específicas de aplicación práctica.
- Utilización de ejercicios de consolidación

- La superación de estos RA pendientes permitirá la superación del módulo o en caso de no superarse de cara a la segunda evaluación final y definitiva, el alumno/a no superará de manera definitiva el módulo profesional

Ejemplos de actividades de refuerzo:

- Ejercicios prácticos de aplicación de contenidos básicos
- Revisión guiada de errores cometidos en pruebas o tareas anteriores
- Tutorías individualizadas para reforzar competencias específicas
- Actividades en aula virtual

La asistencia en junio a clase para las actividades de refuerzo es obligatoria.

B) Actividades de mejora o ampliación (subir nota o profundizar)

Estas actividades se ofrecen al alumnado que haya alcanzado los resultados de aprendizaje, pero desee **mejorar su calificación**

Características:

- De carácter **voluntario**
- Pueden contribuir a **incrementar la calificación final del módulo**, siempre que se evidencie un nivel de logro superior a los mínimos exigidos.

Ejemplos de actividades de mejora:

- Elaboración de un proyecto complementario o mejora de uno existente
- Desarrollo de una propuesta creativa, campaña o simulación avanzada
- Investigación o análisis de casos reales de empresas del sector

La asistencia del alumnado para subir nota es solo puntual, no todo el mes de junio, por el tiempo necesario para poder demostrar la subida de nota en los RA que previamente le haya comunicado el

profesor, deben solicitar por escrito su deseo de subir nota en el módulo profesional.

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

En el caso del grupo nos constan siete alumno/as con **necesidades especiales**, se aplicarán los mismos **instrumentos y criterios de evaluación** que al resto del grupo, sin realizar **adaptaciones significativas ni ampliar el tiempo de examen**, con las siguientes excepciones:

- No se le tendrán en cuenta las faltas de ortografía al calificar los contenidos escritos, garantizando así que la valoración se centre en el conocimiento, la comprensión y la aplicación de competencias profesionales, y no en dificultades específicas de lectoescritura.
- Explicar verbalmente las indicaciones de exámenes, prácticas o trabajos, además de proporcionarle por escrito dichas cosas
- Sesiones de orientación o aclaración de dudas sobre contenidos, planificación de actividades y estrategias de estudio, siempre que el alumno lo solicite.
- Subrayado o negrita en pruebas y actividades de los conceptos clave
- Más tiempo de realización de examen

- La calificación final se obtendrá de la misma manera que para el resto del alumnado, garantizando igualdad de oportunidades y equidad en la evaluación.
- La atención se centra en facilitar el aprendizaje y la comprensión de los contenidos, sin modificar los instrumentos ni la exigencia de los RA.

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.
- 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 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. 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 presentaciones.
2. 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.

3. 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.
4. El libro para este módulo será Técnicas de Almacén de la editorial Paraninfo, que cuenta con resúmenes y ejercicios para ampliar conocimientos
5. El alumnado llevará un cuaderno diario para esquemas, problemas y tareas. Se revisará a petición del profesor

9.- Actividades complementarias y extraescolares.

En el segundo trimestre se programa una salida al centro comercial IKEA para realizar una actividad en grupo, se trata de acercar dentro de un entorno seguro la práctica de todo lo visto en el aula.

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

Actividad	Temporización
Días mundiales señalados	Todo el curso
Salida a Ikea	2º Trimestre

10.- Aportación del módulo al proyecto intermodular

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

aprendizaje:

R2. 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.
R3. 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.

Estos dos RAs se aplicarán según la empresa en la que se base el proyecto intermodular.

Programación didáctica

Módulo	**Comercio Electrónico (1235)**
Ciclo	**T.M. Actividades Comerciales**
Curso	**Segundo**
Familia	**Comercio y marketing**
	Juan José Grande Román
Curso	**2026/27**

IES Huerta Alta

Unión Europea
Fondo Social Europeo
"El FSE invierte en tu futuro"
JUNTA DE ANDALUCIA
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

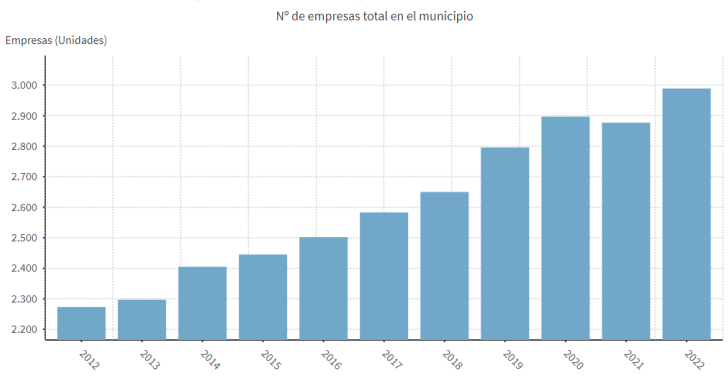
municipio.

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.

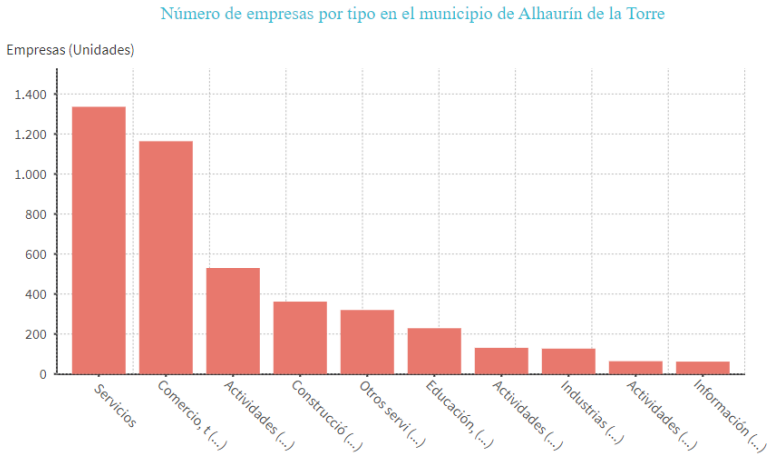
La renta bruta media del municipio ha experimentado crecimientos constantes en los últimos años de manera paralela al crecimiento de la población, siendo la mayor de la comarca del Guadalhorce.

El nivel educativo refleja bajo analafabetismo solo 390 personas según el IAE, y siendo el mayor porcentaje el de personas que tienen la enseñanza secundaría 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 24 de julio de 2026 de la Dirección General de Formación Profesional y Educación Permanente por la que se dictan Instrucciones para determinar aspectos relativos a la distribución horaria y a la concreción curricular de las enseñanzas correspondientes a los grados D y E del sistema de Formación Profesional para el curso escolar 2026/2027 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. Ley 17/2007, de 10 de diciembre, de Educación de Andalucía.
8. Real Decreto 39/1997, de 17 de enero por el que se aprueba el Reglamento de los Servicios de Prevención.
9. Orden de 15 de abril de 2014, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico Superior en Marketing y Publicidad
10. Decreto 327/2010, de 13 de julio, por el que se aprueba el Reglamento Orgánico de los Institutos de Educación Secundaria
11. Decreto 147/2025, de 17 de septiembre de 2025, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas de los Grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía
12. Orden de 18 de septiembre de 2025, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía
13. Orden de 26 de septiembre de 2025, por la que se regula la fase de formación en empresa u organismo equiparado de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional de la Comunidad Autónoma de Andalucía

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. (RA dualiza, en empresa)	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	**CONTENIDOS**
a) a) Se han establecido los parámetros necesarios para crear o adaptar un negocio online. b) b) Se han definido acciones de captación de clientes enfocadas al comercio electrónico. c) c) Se han identificado los modelos de negocio convencionales y electrónicos existentes en la red. d) d) Se ha diseñado una tienda virtual. e) e) Se ha planificado la gestión de los pedidos recibidos y todo el proceso logístico. f) f) Se han establecido los medios de pago que se van a utilizar. g) g) Se han seleccionado los sistemas de seguridad que garanticen la privacidad e invulnerabilidad de las operaciones. h)	• 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	2T Eval. Final
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 RA a empresa
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 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.

- 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 duales 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. PLAN DE MARKETING DIGITAL	15 horas	**PRIMER TRIMESTRE**	RA1. a, b, e, f, g
UD 2 DISEÑO DE UNA TIENDA VIRTUAL	36 horas Duales (RA2)	**2º TRIMESTRE EVAL. FINAL**	RA2. a, b, c, d, e, f, g
UD3. CREACIÓN DE PÁGINAS WEBB	34 horas	**PRIMER TRIMESTRE**	RA3. a, b, d, e, f, h RA5 a
UD 4. POSICIONAMIENTO WEB Y VISIBILIDAD DIGITAL	30 horas	**SEGUNDO TRIMESTRE**	RA1. d, c RA5 b, c, d, e, f, g
UD 5. COMUNICACIÓN DIGITAL Y REDES SOCIALES	20 horas	**SEGUNDO TRIMESTRE**	RA4. a, b, c, d, e, f, g
TOTAL HORAS	140 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 (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 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 18 de septiembre de 2025, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía, se evaluará cada uno de los siguientes resultados de aprendizaje mediante las evidencias descritas en las siguientes tablas, atendiendo a lo siguientes **procedimientos, técnicas e instrumentos de evaluación:**

La evaluación del módulo se llevará a cabo mediante procedimientos, técnicas e instrumentos variados, flexibles, accesibles y adaptados a las características del alumnado, asegurando una valoración continua y global del grado de consecución de los resultados de aprendizaje y de los criterios de evaluación asociados.

Para cada criterio de evaluación se aplicarán distintos instrumentos que permitan observar el progreso competencial del alumnado desde diferentes perspectivas.

Procedimientos de evaluación:

- Observación sistemática del desempeño del alumnado en actividades individuales y grupales.
- Valoración continua de los trabajos, proyectos y tareas realizadas en el aula o en entornos simulados.
- Revisión y análisis de evidencias de aprendizaje (portafolios, informes, presentaciones, productos finales, pruebas prácticas…).
- Autoevaluación y coevaluación como estrategias de reflexión y mejora del propio proceso de aprendizaje.

Técnicas de evaluación:

- Observación directa y registro de actitudes, destrezas y comportamientos.
- Análisis de producciones escritas y digitales.
- Resolución de casos prácticos y situaciones simuladas.
- Entrevistas o tutorías individualizadas para recoger información cualitativa del proceso.

Instrumentos de evaluación:

- Rúbricas específicas para cada resultado de aprendizaje.
- Listas de cotejo (checklists) para el control del progreso.
- Portafolio de evidencias.
- Guía de corrección
- Cuaderno del profesor/a como registro de observaciones y calificaciones parciales.

Estos instrumentos se seleccionarán de forma coherente con las actividades de enseñanza-aprendizaje y permitirán la recogida de información válida y fiable, garantizando la accesibilidad para todo el alumnado y la posibilidad de ajustes metodológicos según sus necesidades.

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	**Procedimientos**	**Técnicas**	**Instrumentos**	**Peso**

RA 1. Aplica las directrices del plan de marketing digital de la empresa, participando en su ejecución y sostenimiento.				
				(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. c) Se han ejecutado los procesos de publicidad y promoción online ajustados a la normativa legal existente. 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.	Observación sistemática Valoración del trabajo de aula Revisión casos prácticos y prueba práctica	Entrega portafolio Presentación - exposición oral Observación directa Casos prácticos Prueba objetiva	Rúbrica Guía de corrección caso práctico y prueba objetiva	Se reparte por igual entre los criterios

RA2. Realiza las acciones necesarias para efectuar ventas online, aplicando las políticas de comercio electrónico definidas por la empresa. (RA dualizado, va a empresa)				
Criterios de evaluación	**Procedimientos**	**Técnicas**	**Instrumentos**	**Peso (5%)**
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.	Observación sistemática Valoración del trabajo de aula Revisión casos prácticos y prueba práctica	Entrega portafolio Presentación - exposición oral Observación directa Casos prácticos Prueba objetiva	Rúbrica Guía de corrección caso práctico y prueba objetiva	Se reparte por igual entre los criterios

RA3. Realiza el mantenimiento de la página web corporativa, la tienda electrónica y el catálogo online, utilizando aplicaciones informáticas y lenguajes específicos.				
Criterio de evaluación	**Procedimientos**	**Técnicas**	**Instrumentos**	**Peso (30%)**
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. 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.	Observación sistemática Valoración del trabajo de aula Revisión casos prácticos y prueba práctica	Entrega portafolio Presentación - exposición oral Observación directa Casos prácticos Prueba objetiva	Rúbrica Guía de corrección caso práctico y prueba objetiva	Se reparte por igual entre los criterios

RA4. Establece foros de comunicación entre usuarios, utilizando las redes sociales de ámbito empresarial.				
Criterio de evaluación	**Procedimientos**	**Técnicas**	**Instrumentos**	**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.	Observación sistemática Valoración del trabajo de aula Revisión casos prácticos y prueba práctica	Entrega portafolio Presentación -exposición oral Observación directa Casos prácticos Prueba objetiva	Rúbrica Guía de corrección caso práctico y prueba objetiva	Se reparte por igual entre los criterios

RA5. Utiliza entornos de trabajo dirigidos al usuario final (Web 2.0), integrando herramientas informáticas y recursos de Internet.				
Criterio de evaluación	**Procedimientos**	**Técnicas**	**Instrumentos**	**Peso (20%)**
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.	Observación sistemática Valoración del trabajo de aula Revisión casos prácticos y prueba práctica	Entrega portafolio Presentación -exposición oral Observación directa Casos prácticos Prueba objetiva	Rúbrica Guía de corrección caso práctico y prueba objetiva	Se reparte por igual entre los criterios

PROCESO DE EVALUACIÓN EN LOS CICLOS FORMATIVOS DE GRADO D Y E

Todos los módulos de los ciclos formativos se rigen por la Orden de 18 de septiembre de 2025, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

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:

- La superación de cualquier módulo profesional requiere la evaluación positiva de todos los resultados de aprendizaje (RA) que lo componen, sean o no formación en la empresa.
En consecuencia, la calificación final del módulo será positiva únicamente cuando el alumno o alumna haya alcanzado de forma satisfactoria todos los RA, conforme a los criterios de evaluación establecidos para cada uno de ellos. Esto incluye también al módulo de proyecto intermodular

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

- 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.

- 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. Esto incluye el uso de la IA, internet o dispositivos móviles cuando no haya sido aprobado su uso por el docente, este utilizará los instrumentos correspondientes para garantizar que se realizó tal uso indebido.

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

- 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 contínua: En virtud de lo establecido del artículo 27.5 y 27.6 del Decreto 147/2025, de 17 de septiembre, la evaluación continua de los aprendizajes requerirá la asistencia regular y obligatoria, tanto en el centro docente como en la fase de formación en empresa u organismo equiparado, de al menos el 80 por ciento de la duración total del módulo, ámbito o proyecto, a partir de la fecha en la que el alumnado se haya matriculado, teniendo que superar en junio todos los RA y criterios de evaluación de dicho módulo en el que se ha perdido la evaluación continua.

D) Baja de oficio: De conformidad con lo dispuesto en el artículo 26.5 del Decreto 147/2025, de 17 de septiembre, los centros docentes sostenidos con fondos públicos iniciarán el procedimiento de anulación de oficio de la matrícula en las ofertas formativas de grados D o E si, una vez iniciadas las actividades lectivas y transcurridos cinco días hábiles, se observase la no incorporación o la inasistencia injustificada y reiterada del alumnado a las mismas. Dicho procedimiento podrá incoarse hasta el 15 de noviembre de cada año. Asimismo, a partir del 15 de noviembre podrá procederse igualmente a la anulación de oficio de la matrícula en aquellos casos en que el alumnado acumule un mínimo de cuarenta y cinco días hábiles de inasistencia injustificada en el conjunto de los módulos en que estuviera matriculado.

E) 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 de los módulos profesionales correspondientes además del que consta en 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 la formación en empresa de este módulo es la siguiente, siendo la actividad destinada :

Ítem (describe detalladamente)	CEV	% RA	No se ha realizado	No sabe hacerlo	Sabe hacerlo con ayuda	Sabe hacerlo de manera autónoma	Sabe hacerlo de manera autónoma y es capaz de ayudar a otros
1. El alumno/a conoce cómo funciona la tienda online y la gestión de pedidos online de la empresa	A	25 %	☐	☐	☐	☐	☐
2. El alumno/a conoce qué acciones realiza la empresa para captar clientes en Internet	B, C	25 %	☐	☐	☐	☐	☐
3. El alumno/a comprende y colabora en la organización y gestión de pedidos que se realizan de forma online a la tienda	D,E	25 %	☐	☐	☐	☐	☐
4. El alumno/a identifica los medios de pago y las medidas de seguridad empleadas por la tienda para evitar fraudes.	F, G	25 %	☐	☐	☐	☐	☐
							☐

Para llevar a cabo la valoración con esta rúbrica se propone al centro de trabajo que el alumno/a realice como actividad formativa un informe sobre el funcionamiento de la tienda online de la empresa, en el caso de que no se posible, se puede valorar este RA a través de un informe o actividades relacionadas con la gestión del comercio electrónico, la captación de clientes en internet o la aplicación de las medidas de seguridad y protección de datos en el entorno digital de la empresa.

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, si el trabajo es en grupo, 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.

Proceso de evaluación de los RA en formación en empresa

La persona que ejerza la tutoría dual en la empresa registrará la evolución del alumnado respecto a los RA y criterios de evaluación aplicables en el módulo correspondiente. Esta valoración se realizará mediante instrumentos específicos: rúbricas cualitativas como el ejemplo que acabamos de ver.

La información recogida por el tutor de empresa se trasladará al profesor responsable del módulo para integrarla en el procedimiento global de evaluación, complementando la evaluación realizada en el centro educativo.

La calificación final del módulo tendrá en cuenta, de manera parcial y ponderada, la valoración realizada por el tutor dual de empresa, asegurando que la experiencia práctica forme parte del proceso de calificación.

La coordinación entre tutor de empresa y profesor del centro será continua, mediante informes periódicos, reuniones y diarios de prácticas y asistencia del alumnado.

El responsable último de la calificación numérica recibida en el RA de empresa es el profesor responsable del módulo.

Recuperación de los RA no superados en la fase de formación en empresa

En caso de que algún alumno/a no pueda desarrollar alguno de los resultados de aprendizaje previstos en su plan de formación individual o no los supere en el centro de trabajo (durante la fase de formación en empresa u organismo equiparado), tendrá que desarrollar un proyecto entregable consistente en la elaboración de un briefing para un cliente de una agencia.

El profesor facilitará el material teórico y las explicaciones necesarias para que pueda desarrollarlo entre las evaluaciones final primera y final segunda (junio) en caso de no haber sido superado dicho RA, siendo el instrumento empleado para evaluarlo una rúbrica, este proyecto tendrá que tener una nota igual o superior al cinco para poder superar el RA vinculado a la fase de formación en empresa, en caso contrario ni el RA ni el módulo finalmente quedarían superados, estando suspenso o suspensa en la segunda evaluación final y definitiva del curso.

Este procedimiento también tendrá lugar si el tutor dual de empresa nos manifiesta en sus rúbricas de evaluación que no se ha desarrollado dicho RA en empresa, en este caso el alumnado no tendrá que esperar al mes de junio para poder desarrollar el proyecto, pudiendo entregarlo antes de la primera evaluación final

Instrumentos de evaluación para alumnado con pérdida de evaluación continua

Para el alumnado que no haya superado la evaluación continua se establecerá un periodo de recuperación individualizado entre la evaluación inicial final primera y segunda, estructurado en dos semanas, si bien también puede presentarse a la convocatoria antes de la primera evaluación final (entregas y pruebas correspondientes a toda la materia) siempre que lo solicite por adelantado y en tiempo y forma, en caso de no aprobar pasaría a tener otra oportunidad en la segunda evaluación final.

Con respecto al periodo de recuperación individualizado entre la evaluación inicial final primera y segunda:

Cada semana se centrará en temas específicos, incluyendo la realización de ejercicios prácticos y dudas y explicaciones de las entregas de proyectos

Los instrumentos seleccionados permitirán valorar de manera objetiva la adquisición de los RA no alcanzados por la pérdida de la evaluación continua. Entre ellos se incluyen:

- Pruebas escritas y prácticas correspondientes a los temas de cada semana
- Entrega de trabajos o ejercicios desarrollados durante la recuperación, con criterios de corrección previamente definidos
- Rúbricas para la valoración de competencias y procedimientos aplicados en cada actividad y guias de corrección de pruebas teórica-prácticas.
- Cuaderno de seguimiento y registro del progreso del alumnado, anotando resultados, incidencias y observaciones del docente.

La superación del módulo estará condicionada a que el alumnado supere todas las pruebas y entregas de

los temas correspondientes a los dos trimestres, incluidos los RA que van a empresa, que anteriormente se ha expuesto cómo se recupera.

Periodo entre las evaluaciones final primera y final segunda

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 o para subir calificaciones, o cómo se ha explicado por la pérdida de evaluación continua. Se desarrollaran:

A) Actividades de refuerzo (recuperación de resultados no alcanzados)

Estas actividades estarán dirigidas al alumnado que no haya alcanzado de forma satisfactoria alguno de los criterios de evaluación o resultados de aprendizaje (RA) en la evaluación final primera.
Su objetivo es reconducir el proceso de aprendizaje, atendiendo a las dificultades detectadas durante la evaluación continua.

Características:

- Individualizadas o en pequeños grupos, según las necesidades detectadas
- Enfocadas en los RA no superados, con tareas específicas de aplicación práctica.
- Utilización de ejercicios de consolidación
- La superación de estos RA pendientes permitirá la superación del módulo o en caso de no superarse de cara a la segunda evaluación final y definitiva, el alumno/a no superará de manera definitiva el módulo profesional

Ejemplos de actividades de refuerzo:

- Ejercicios prácticos de aplicación de contenidos básicos
- Revisión guiada de errores cometidos en pruebas o tareas anteriores
- Tutorías individualizadas para reforzar competencias específicas
- Actividades en aula virtual

La asistencia en junio a clase para las actividades de refuerzo es obligatoria.

B) Actividades de mejora o ampliación (subir nota o profundizar)

Estas actividades se ofrecen al alumnado que haya alcanzado los resultados de aprendizaje, pero desee mejorar su calificación

Características:

- De carácter voluntario
- Pueden contribuir a incrementar la calificación final del módulo, siempre que se evidencie un nivel de logro superior a los mínimos exigidos.

Ejemplos de actividades de mejora:

- Elaboración de un proyecto complementario o mejora de uno existente
- Desarrollo de una propuesta creativa, campaña o simulación avanzada
- Investigación o análisis de casos reales de empresas del sector

  La asistencia del alumnado para subir nota es solo puntual, no todo el mes de junio, por el tiempo necesario para poder demostrar la subida de nota en los RA que previamente le haya comunicado el profesor, deben solicitar por escrito su deseo de subir nota en el módulo profesional.

.

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.

En el caso del grupo solo consta un alumno con **dislexia**, se aplicarán los mismos **instrumentos y criterios de evaluación** que al resto del grupo, sin realizar **adaptaciones significativas ni ampliar el tiempo de examen**, con las siguientes excepciones:

- No se le tendrán en cuenta las faltas de ortografía al calificar los contenidos escritos, garantizando así que la valoración se centre en el conocimiento, la comprensión y la aplicación de competencias profesionales, y no en dificultades específicas de lectoescritura.
- Explicar verbalmente las indicaciones de exámenes, prácticas o trabajos, además de proporcionarle por escrito dichas cosas
- Sesiones de orientación o aclaración de dudas sobre contenidos, planificación de actividades y estrategias de estudio, siempre que el alumno lo solicite.
- Explicación o resumen de textos técnicos o de lectura densa, facilitando la comprensión de conceptos clave
- La calificación final se obtendrá de la misma manera que para el resto del alumnado, garantizando igualdad de oportunidades y equidad en la evaluación.
- La atención se centra en facilitar el aprendizaje y la comprensión de los contenidos, sin modificar los instrumentos ni la exigencia de los RA.

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. Libro recomendado Comercio Electrónico de la editorial McGraw Hill. 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
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
Actividades relacionadas con Proyectos y Programas del Centro	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	**Gestión de compras (1229)**
Ciclo	**T.M. Actividades Comerciales**
Curso	**Segundo**
Familia	**Comercio y marketing**
Profesor/a	**Juan José Grande Román**
Curso	**2026/27**

IES Huerta Alta

Unión Europea

Fondo Social Europeo

"El FSE invierte en tu futuro"

JUNTA DE ANDALUCIA
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:

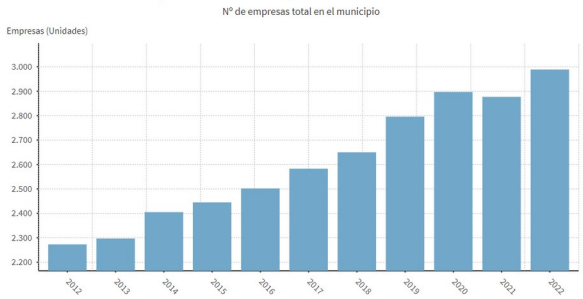
por el desvío de la N-340 Málaga-Cádiz: la A-404 dirección a Coín, a través de la autovía Campanillas-Parque Tecnológico sentido Cártama: salida a Churriana. y a través de la hiperronda de Málaga (MA-30), inaugurada en noviembre de 2011 que parte desde el Enlace de las Virreinas a Torremolinos y que 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.

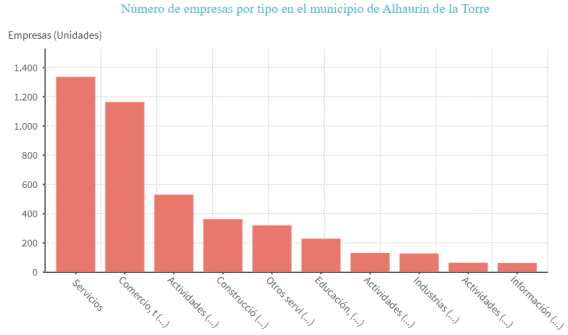
La renta bruta media del municipio ha experimentado crecimientos constantes en los últimos años de manera paralela al crecimiento de la población, siendo la mayor de la comarca del Guadalhorce.

El nivel educativo refleja bajo analafabetismo solo 390 personas según el IAE, y siendo el mayor porcentaje el de personas que tienen la enseñanza secundaría 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 24 de julio de 2026 de la Dirección General de Formación Profesional y Educación Permanente por la que se dictan Instrucciones para determinar aspectos relativos a la distribución horaria y a la concreción curricular de las enseñanzas correspondientes a los grados D y E del sistema de Formación Profesional para el curso escolar 2026/2027 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. Ley 17/2007, de 10 de diciembre, de Educación 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
12. Decreto 147/2025, de 17 de septiembre de 2025, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas de los Grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía
13. Orden de 18 de septiembre de 2025, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía
14. Orden de 26 de septiembre de 2025, por la que se regula la fase de formación en empresa u organismo equiparado de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional de la Comunidad Autónoma de Andalucía

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 demanda 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 desviaciones 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, che- que, 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).	
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	2T-Eval final
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 RA a empresa

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 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.

- 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 duales 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:

UD	NOMBRE	OBJETIVOS DEL CICLO ASOCIADOS	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	TEMPORIZACIÓN
1er TRIMESTRE					
1	La gestión de compras en la pequeña empresa	g , h , q , r, s , v, w	RA1	a-k	10 horas
2	Previsión de la demanda y gestión de stocks	g , h , q , r , s , v , w	RA1 RA2	a-k a-h	10 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	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

	compras				Servicios de Atención Comercial 9 horas
7	Documentos relacionados con la compravent a	g , h , q , r , s , v , w	RA3	a-g	16 horas
2º 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	10 horas
10	Gestió n del surtido	g , h , q , r , s , v , w	RA5	a-g	10 horas
11	Empleo del TPV en la gestión de la compraventa	g , h , q , r , s , v , w	RA6 (en empresa)	a-i	SEGUNDO TRIMESTRE – EVALUACIÓN FINAL

Total: 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 18 de septiembre de 2025, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía, se evaluará cada uno de los siguientes resultados de aprendizaje mediante las evidencias descritas en las siguientes tablas, atendiendo a lo siguientes procedimientos, técnicas e instrumentos de evaluación:
La evaluación del módulo se llevará a cabo mediante procedimientos, técnicas e instrumentos variados, flexibles, accesibles y adaptados a las características del alumnado, asegurando una valoración continua y global del grado de consecución de los resultados de aprendizaje y de los criterios de evaluación asociados.

Para cada criterio de evaluación se aplicarán distintos instrumentos que permitan observar el progreso competencial del alumnado desde diferentes perspectivas.

Procedimientos de evaluación:

- Observación sistemática del desempeño del alumnado en actividades individuales y grupales.
- Valoración continua de los trabajos, proyectos y tareas realizadas en el aula o en entornos simulados.
- Revisión y análisis de evidencias de aprendizaje (portafolios, informes, presentaciones, productos finales, pruebas prácticas…).
- Autoevaluación y coevaluación como estrategias de reflexión y mejora del propio proceso de aprendizaje.

Técnicas de evaluación:

- Observación directa y registro de actitudes, destrezas y comportamientos.
- Análisis de producciones escritas y digitales.
- Resolución de casos prácticos y situaciones simuladas.
- Entrevistas o tutorías individualizadas para recoger información cualitativa del proceso.

Instrumentos de evaluación:

- Rúbricas específicas para cada resultado de aprendizaje.
- Listas de cotejo (checklists) para el control del progreso.
- Portafolio de evidencias.
- Guía de corrección
- Cuaderno del profesor/a como registro de observaciones y calificaciones parciales.

Estos instrumentos se seleccionarán de forma coherente con las actividades de enseñanza-aprendizaje y permitirán la recogida de información válida y fiable, garantizando la accesibilidad para todo el alumnado y la posibilidad de ajustes metodológicos según sus necesidades.

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	Procedimiento	Técnica	Instrumento	Peso 15%
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 demanda 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	Observación sistemática Valoración del trabajo de aula Revisión casos prácticos y prueba práctica	Entrega portafolio Presentación -exposición oral Observación directa Casos prácticos Prueba objetiva	Rúbrica Guía de corrección caso práctico y prueba objetiva	Se reparte por igual entre los criterios

las posibles desviaciones 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.				

RA 2. Realiza planes de aprovisionamiento de mercaderías, utilizando técnicas de selección de proveedores que garanticen el suministro permanente y periódico.				
Criterios de evaluación	**Procedimiento**	**Técnica**	**Instrumento**	**Peso 15 %**
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.	Observación sistemática Valoración del trabajo de aula Revisión casos prácticos y prueba práctica	Entrega portafolio Presentación - exposición oral Observación directa Casos prácticos Prueba objetiva	Rúbrica Guía de corrección caso práctico y prueba objetiva	Se reparte por igual entre los criterios

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	**Procedimiento**	**Técnica**	**Instrumento**	**Peso 20%**
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.	Observación sistemática Valoración del trabajo de aula Revisión casos prácticos y prueba práctica	Entrega portafolio Presentación - exposición oral Observación directa Casos prácticos Prueba objetiva	Rúbrica Guía de corrección caso práctico y prueba objetiva	Se reparte por igual entre los criterios

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	**Procedimiento**	**Técnica**	**Instrumento**	**Peso 15%**
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.	Observación sistemática Valoración del trabajo de aula Revisión casos prácticos y prueba práctica	Entrega portafolio Presentación - exposición oral Observación directa Casos prácticos Prueba objetiva	Rúbrica Guía de corrección caso práctico y prueba objetiva	Se reparte por igual entre los criterios

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	**Procedimiento**	**Técnica**	**Instrumento**	**Peso 15%**
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. 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.	Observación sistemática Valoración del trabajo de aula Revisión casos prácticos y prueba práctica	Entrega portafolio Presentación - exposición oral Observación directa Casos prácticos Prueba objetiva	Rúbrica Guía de corrección caso práctico y prueba objetiva	Se reparte por igual entre los criterios

RA 6. Realiza la gestión de compraventa de un establecimiento comercial, utilizando el terminal punto de venta (TPV).				
Criterio de evaluación	**Procedimiento**	**Técnica**	**Instrumento**	**Peso 20%**
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.	Observación sistemática Valoración del trabajo de aula Revisión casos prácticos y prueba práctica	Entrega portafolio Presentación - exposición oral Observación directa Casos prácticos Prueba objetiva	Rúbrica Guía de corrección caso práctico y prueba objetiva	Se reparte por igual entre los criterios

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 D Y E

Todos los módulos de los ciclos formativos se rigen por la Orden de 18 de septiembre de 2025, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

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:

- La superación de cualquier módulo profesional requiere la evaluación positiva de todos los resultados de aprendizaje (RA) que lo componen, sean o no formación en la empresa.

En consecuencia, la calificación final del módulo será positiva únicamente cuando el alumno o alumna haya alcanzado de forma satisfactoria todos los RA, conforme a los criterios de evaluación establecidos para cada uno de ellos. Esto incluye también al módulo de proyecto intermodular

- Se necesitará obtener como mínimo una puntuación de **5 puntos, utilizando una evaluación criterial para aprobar cada una de ellas**
- 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.
- 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. Esto incluye el uso de la IA, internet o dispositivos móviles cuando no haya sido aprobado su uso por el docente, este utilizará los instrumentos correspondientes para garantizar que se realizó tal uso indebido.
- Para superar el módulo se han de aprobar todas las pruebas teórico-prácticas.
- 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 contínua: En virtud de lo establecido del artículo 27.5 y 27.6 del Decreto 147/2025, de 17 de septiembre, la evaluación continua de los aprendizajes requerirá la asistencia regular y obligatoria, tanto en el centro docente como en la fase de formación en empresa u organismo equiparado, de al menos el 80 por ciento de la duración total del módulo, ámbito o proyecto, a partir de la fecha en la que el alumnado se haya matriculado, teniendo que superar en junio todos los RA y criterios de evaluación de dicho módulo en el que se ha perdido la evaluación continua.

D) Baja de oficio: De conformidad con lo dispuesto en el artículo 26.5 del Decreto 147/2025, de 17 de septiembre, los centros docentes sostenidos con fondos públicos iniciarán el procedimiento de anulación de oficio de la matrícula en las ofertas formativas de grados D o E si, una vez iniciadas las actividades lectivas y transcurridos cinco días hábiles, se observase la no incorporación o la inasistencia injustificada y reiterada del alumnado a las mismas. Dicho procedimiento podrá incoarse hasta el 15 de noviembre de cada año. Asimismo, a partir del 15 de noviembre podrá procederse igualmente a la anulación de oficio de la matrícula en aquellos casos en que el alumnado acumule un mínimo de cuarenta y cinco días hábiles de inasistencia injustificada en el conjunto de los módulos en que estuviera matriculado.

E) 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 de los módulos profesionales correspondientes además del que consta en 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 la formación en empresa de este módulo es la siguiente, siendo la actividad destinada :

Ítem (describe detalladamente)	CEV	% RA	No se ha realizado	No sabe hacerlo	Sabe hacerlo con ayuda	Sabe hacerlo de manera autónoma	Sabe hacerlo de manera autónoma y es capaz de ayudar a otros
1. Utiliza de forma adecuada el software de gestión.	A, B	40%	☐	☐	☐	☐	☐
2. El alumno conoce y utiliza los conocimientos de ergonomía en su puesto de trabajo.	D	20%	☐	☐	☐	☐	☐
3. El alumnado introduce de forma adecuada datos de artículos en el almacén empresarial.	C, E	15%	☐	☐	☐	☐	☐
4. El alumnado participa de forma activa en las promociones del punto de venta	F	15%	☐	☐	☐	☐	☐
5. Realiza de forma adecuada las tareas de cobro.	G, H	10%	☐	☐	☐	☐	☐

Para llevar a cabo la valoración con esta rúbrica se propone al centro de trabajo que el alumno/a colabore y forme parte activa en el proceso de compra y venta de la empresa, a través del uso del software de gestión que utilice de manera que incluya los datos de compras de almacén, compras a proveedores, colaborar en el cobro de cobro (así como la documentación).

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, si el trabajo es en grupo, 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.

Proceso de evaluación de los RA en formación en empresa

La persona que ejerza la tutoría dual en la empresa registrará la evolución del alumnado respecto a los RA y criterios de evaluación aplicables en el módulo correspondiente. Esta valoración se realizará mediante instrumentos específicos: rúbricas cualitativas como el ejemplo que acabamos de ver.

La información recogida por el tutor de empresa se trasladará al profesor responsable del módulo para integrarla en el procedimiento global de evaluación, complementando la evaluación realizada en el centro educativo.

La calificación final del módulo tendrá en cuenta, de manera parcial y ponderada, la valoración

realizada por el tutor dual de empresa, asegurando que la experiencia práctica forme parte del proceso de calificación.

La coordinación entre tutor de empresa y profesor del centro será continua, mediante informes periódicos, reuniones y diarios de prácticas y asistencia del alumnado.

El responsable último de la calificación numérica recibida en el RA de empresa es el profesor responsable del módulo.

Recuperación de los RA no superados en la fase de formación en empresa

En caso de que algún alumno/a no pueda desarrollar alguno de los resultados de aprendizaje previstos en su plan de formación individual o no los supere en el centro de trabajo (durante la fase de formación en empresa u organismo equiparado), tendrá que desarrollar un proyecto entregable consistente en la elaboración de un briefing para un cliente de una agencia.

El profesor facilitará el material teórico y las explicaciones necesarias para que pueda desarrollarlo entre las evaluaciones final primera y final segunda (junio) en caso de no haber sido superado dicho RA, siendo el instrumento empleado para evaluarlo una rúbrica, este proyecto tendrá que tener una nota igual o superior al cinco para poder superar el RA vinculado a la fase de formación en empresa, en caso contrario ni el RA ni el módulo finalmente quedarían superados, estando suspenso o suspensa en la segunda evaluación final y definitiva del curso.

Este procedimiento también tendrá lugar si el tutor dual de empresa nos manifiesta en sus rúbricas de evaluación que no se ha desarrollado dicho RA en empresa, en este caso el alumnado no tendrá que esperar al mes de junio para poder desarrollar el proyecto, pudiendo entregarlo antes de la primera evaluación final

Instrumentos de evaluación para alumnado con pérdida de evaluación continua

Para el alumnado que no haya superado la evaluación continua se establecerá un periodo de recuperación individualizado entre la evaluación inicial final primera y segunda, estructurado en dos semanas, si bien también puede presentarse a la convocatoria antes de la primera evaluación final (entregas y pruebas correspondientes a toda la materia) siempre que lo solicite por adelantado y en tiempo y forma, en caso de no aprobar pasaría a tener otra oportunidad en la segunda evaluación final.

Con respecto al periodo de recuperación individualizado entre la evaluación inicial final primera y segunda:

Cada semana se centrará en temas específicos, incluyendo la realización de ejercicios prácticos y dudas y explicaciones de las entregas de proyectos

Los instrumentos seleccionados permitirán valorar de manera objetiva la adquisición de los RA no alcanzados por la pérdida de la evaluación continua. Entre ellos se incluyen:

- Pruebas escritas y prácticas correspondientes a los temas de cada semana
- Entrega de trabajos o ejercicios desarrollados durante la recuperación, con criterios de corrección previamente definidos
- Rúbricas para la valoración de competencias y procedimientos aplicados en cada actividad y guias de corrección de pruebas teórica-prácticas.
- Cuaderno de seguimiento y registro del progreso del alumnado, anotando resultados, incidencias y observaciones del docente.

La superación del módulo estará condicionada a que el alumnado supere todas las pruebas y entregas de los temas correspondientes a los dos trimestres, incluidos los RA que van a empresa, que anteriormente se ha expuesto cómo se recupera.

Periodo entre las evaluaciones final primera y final segunda

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 o para subir calificaciones, o cómo se ha explicado por la pérdida de evaluación continua. Se desarrollaran:

A) Actividades de refuerzo (recuperación de resultados no alcanzados)

Estas actividades estarán dirigidas al alumnado que no haya alcanzado de forma satisfactoria alguno de los criterios de evaluación o resultados de aprendizaje (RA) en la evaluación final primera.

Su objetivo es reconducir el proceso de aprendizaje, atendiendo a las dificultades detectadas durante la evaluación continua.

Características:

- Individualizadas o en pequeños grupos, según las necesidades detectadas
- Enfocadas en los RA no superados, con tareas específicas de aplicación práctica.
- Utilización de ejercicios de consolidación
- La superación de estos RA pendientes permitirá la superación del módulo o en caso de no superarse de cara a la segunda evaluación final y definitiva, el alumno/a no superará de manera definitiva el módulo profesional

Ejemplos de actividades de refuerzo:

- Ejercicios prácticos de aplicación de contenidos básicos
- Revisión guiada de errores cometidos en pruebas o tareas anteriores
- Tutorías individualizadas para reforzar competencias específicas
- Actividades en aula virtual

La asistencia en junio a clase para las actividades de refuerzo es obligatoria.

B) Actividades de mejora o ampliación (subir nota o profundizar)

Estas actividades se ofrecen al alumnado que haya alcanzado los resultados de aprendizaje, pero desee mejorar su calificación

Características:

- De carácter voluntario
- Pueden contribuir a incrementar la calificación final del módulo, siempre que se evidencie un nivel de logro superior a los mínimos exigidos.

Ejemplos de actividades de mejora:

- Elaboración de un proyecto complementario o mejora de uno existente
- Desarrollo de una propuesta creativa, campaña o simulación avanzada
- Investigación o análisis de casos reales de empresas del sector

La asistencia del alumnado para subir nota es solo puntual, no todo el mes de junio, por

el tiempo necesario para poder demostrar la subida de nota en los RA que previamente le haya comunicado el profesor, deben solicitar por escrito su deseo de subir nota en el módulo profesional.

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

En el caso del grupo solo consta un alumno con **dislexia**, se aplicarán los mismos **instrumentos y criterios de evaluación** que al resto del grupo, sin realizar **adaptaciones significativas ni ampliar el tiempo de examen**, con las siguientes excepciones:

- No se le tendrán en cuenta las faltas de ortografía al calificar los contenidos escritos, garantizando así que la valoración se centre en el conocimiento, la comprensión y la aplicación de competencias profesionales, y no en dificultades específicas de lectoescritura.
- Explicar verbalmente las indicaciones de exámenes, prácticas o trabajos, además de proporcionarle por escrito dichas cosas
- Sesiones de orientación o aclaración de dudas sobre contenidos, planificación de actividades y estrategias de estudio, siempre que el alumno lo solicite.
- Explicación o resumen de textos técnicos o de lectura densa, facilitando la comprensión de conceptos clave
- La calificación final se obtendrá de la misma manera que para el resto del alumnado, garantizando igualdad de oportunidades y equidad en la evaluación.

- La atención se centra en facilitar el aprendizaje y la comprensión de los contenidos, sin modificar los instrumentos ni la exigencia de los RA.

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.
- 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. 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
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
Actividades para participar en los distintos Proyectos y Programas del Centro	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	**Juan José Grande Román**
Curso	**2026/27**

IES Huerta Alta

Unión Europea

Fondo Social Europeo

"El FSE invierte en tu futuro"

JUNTA DE ANDALUCIA
CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN

ÍNDICE:

1. INTRODUCCIÓN 3
2. OBJETIVOS Y COMPETENCIAS 6
3. RA, CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y CONTENIDOS 7
4. METODOLOGÍA 14
5. LA EVALUACIÓN, MEDIOS Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN 18
6. MEDIDAS DE ATENCIÓN AL ALUMNADO CON NEAE 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

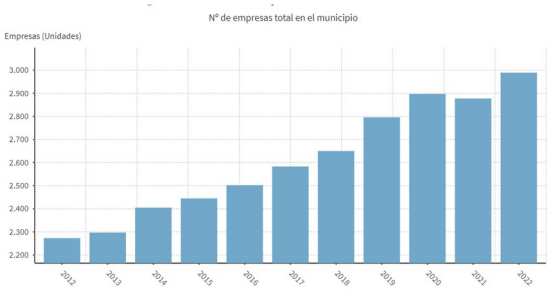
Campanillas-Parque Tecnológico sentido Cártama: salida a Churriana. y a través de la hiperronda de Málaga (MA-30), inaugurada en noviembre de 2011 que parte desde el Enlace de las Virreinas a Torremolinos y que conecta con la circunvalación del municipio.

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.

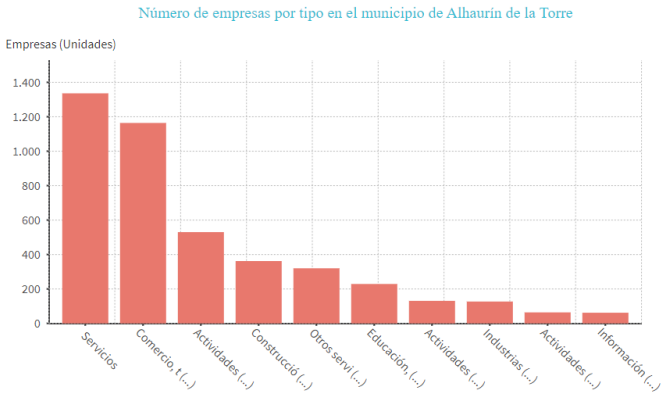
La renta bruta media del municipio ha experimentado crecimientos constantes en los últimos años de manera paralela al crecimiento de la población, siendo la mayor de la comarca del Guadalhorce.

El nivel educativo refleja bajo analafabetismo solo 390 personas según el IAE, y siendo el mayor porcentaje el de personas que tienen la enseñanza secundaría 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 24 de julio de 2026 de la Dirección General de Formación Profesional y Educación Permanente por la que se dictan Instrucciones para determinar aspectos relativos a la distribución horaria y a la concreción curricular de las enseñanzas correspondientes a los grados D y E del sistema de Formación Profesional para el curso escolar 2026/2027 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. Ley 17/2007, de 10 de diciembre, de Educación 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
12. Decreto 147/2025, de 17 de septiembre de 2025, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas de los Grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía
13. Orden de 18 de septiembre de 2025, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía
14. Orden de 26 de septiembre de 2025, por la que se regula la fase de formación en empresa u organismo equiparado de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional de la Comunidad Autónoma de Andalucía

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 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	2T-Eval final
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 RA a empresa
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:

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 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.
- 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 duales 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. 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 EVAL FINAL I**	2. a, b, c, d, e, f, g, h
UD 3. COMUNICACIÓN NO PRESENCIAL EN LA ATENCIÓN COMERCIAL	18 horas	**PRIMER TRIMESTRE**	2. a, b, c, d, e, f, g, h
UD 4. DETECCIÓN, ATENCIÓN Y TRÁMITE DE QUEJAS Y RECLAMACIONES	19 horas	**SEGUNDO TRIMESTRE**	5. a, b, c, d, e, f, g, h
UD 5. ORGANIZACIÓN Y ARCHIVO DE LA DOCUMENTACIÓN	17 horas	**PRIMER TRIMESTRE**	3. a, b, c, d, e, f, g
UD 6. CONTROL DE LA CALIDAD Y MEJORA DEL SERVICIO	17 horas	**SEGUNDO TRIMESTRE**	6. a, b, c, d, e, f, g, h
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 (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 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 18 de septiembre de 2025, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía, se evaluará cada uno de los siguientes resultados de aprendizaje mediante las evidencias descritas en las siguientes tablas, atendiendo a lo siguientes procedimientos, técnicas e instrumentos de evaluación:
La evaluación del módulo se llevará a cabo mediante procedimientos, técnicas e instrumentos variados, flexibles, accesibles y adaptados a las características del alumnado, asegurando una valoración continua y global del grado de consecución de los resultados de aprendizaje y de los criterios de evaluación asociados.

Para cada criterio de evaluación se aplicarán distintos instrumentos que permitan observar el progreso competencial del alumnado desde diferentes perspectivas.

Procedimientos de evaluación:

- Observación sistemática del desempeño del alumnado en actividades individuales y grupales.
- Valoración continua de los trabajos, proyectos y tareas realizadas en el aula o en entornos simulados.
- Revisión y análisis de evidencias de aprendizaje (portafolios, informes, presentaciones, productos finales, pruebas prácticas...).
- Autoevaluación y coevaluación como estrategias de reflexión y mejora del propio proceso de aprendizaje.

Técnicas de evaluación:

- Observación directa y registro de actitudes, destrezas y comportamientos.
- Análisis de producciones escritas y digitales.
- Resolución de casos prácticos y situaciones simuladas.
- Entrevistas o tutorías individualizadas para recoger información cualitativa del proceso.

Instrumentos de evaluación:

- Rúbricas específicas para cada resultado de aprendizaje.
- Listas de cotejo (checklists) para el control del progreso.
- Portafolio de evidencias.
- Guía de corrección
- Cuaderno del profesor/a como registro de observaciones y calificaciones parciales.

Estos instrumentos se seleccionarán de forma coherente con las actividades de enseñanza-aprendizaje y permitirán la recogida de información válida y fiable, garantizando la accesibilidad para todo el alumnado y la posibilidad de ajustes metodológicos según sus necesidades.

RA 1. Desarrolla actividades de atención/información al cliente, procurando transmitir la imagen más adecuada de la empresa u organización.

Criterios de evaluación	Procedimiento	Técnica	Instrumento	Peso (20%)
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. h) Se han identificado diferentes tipos de organización del departamento de atención al cliente según características de la empresa u organización. 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. j) 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.	Observación sistemática Valoración del trabajo de aula Revisión casos prácticos y prueba práctica	Entrega portafolio Presentación - exposición oral Observación directa Casos prácticos Prueba objetiva	Rúbrica Guía de corrección caso práctico y prueba objetiva	Se reparte por igual entre los criterios

RA 2. Utiliza técnicas de comunicación en situaciones de atención al cliente/- consumidor/usuario, proporcionando la información solicitada (RA dualizado, va a empresa)				
Criterios de evaluación	**Procedimiento**	**Técnica**	**Instrumento**	**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 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.	Observación sistemática Valoración del trabajo de aula Revisión casos prácticos y prueba práctica	Entrega portafolio Presentación - exposición oral Observación directa Casos prácticos Prueba objetiva	Rúbrica Guía de corrección caso práctico y prueba objetiva	Se reparte por igual entre los criterios

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	**Procedimiento**	**Técnica**	**Instrumento**	**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. d) Se han elaborado, actualizado y consultado bases de datos con la información relativa a los clientes. 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	Observación sistemática Valoración del trabajo de aula Revisión casos prácticos y prueba práctica	Entrega portafolio Presentación -exposición oral Observación directa Casos prácticos Prueba objetiva	Rúbrica Guía de corrección caso práctico y prueba objetiva	Se reparte por igual entre los criterios

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	**Procedimiento**	**Técnica**	**Instrumento**	**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. 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	Observación sistemática Valoración del trabajo de aula Revisión casos prácticos y prueba práctica	Entrega portafolio Presentación - exposición oral Observación directa Casos prácticos Prueba objetiva	Rúbrica Guía de corrección caso práctico y prueba objetiva	Se reparte por igual entre los criterios

RA 5. Realiza trámites de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor, aplicando técnicas de comunicación y negociación para su resolución.				
Criterios de evaluación	**Procedimiento**	**Técnica**	**Instrumento**	**Peso (15%)**
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	Observación sistemática Valoración del trabajo de aula Revisión casos prácticos y prueba práctica	Entrega portafolio Presentación -exposición oral Observación directa Casos prácticos Prueba objetiva	Rúbrica Guía de corrección caso práctico y prueba objetiva	Se reparte por igual entre los criterios

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	**Procedimiento**	**Técnica**	**Instrumento**	**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).	Observación sistemática Valoración del trabajo de aula Revisión casos prácticos y prueba práctica	Entrega portafolio Presentación -exposición oral Observación directa Casos prácticos Prueba objetiva	Rúbrica Guía de corrección caso práctico y prueba objetiva	Se reparte por igual entre los criterios

PROCESO DE EVALUACIÓN EN LOS CICLOS FORMATIVOS DE GRADO D Y E

Todos los módulos de los ciclos formativos se rigen por la Orden de 18 de septiembre de 2025, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

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:

- La superación de cualquier módulo profesional requiere la evaluación positiva de todos los resultados de aprendizaje (RA) que lo componen, sean o no formación en la empresa.
  En consecuencia, la calificación final del módulo será positiva únicamente cuando el alumno o alumna haya alcanzado de forma satisfactoria todos los RA, conforme a los criterios de evaluación establecidos para cada uno de ellos. Esto incluye también al módulo de proyecto intermodular
- Se necesitará obtener como mínimo una puntuación de 5 puntos, utilizando una evaluación criterial para aprobar cada una de ellas
- 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.
- 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. Esto incluye el uso de la IA, internet o dispositivos móviles cuando no haya sido aprobado su uso por el docente, este utilizará los instrumentos correspondientes para garantizar que se realizó tal uso indebido.
- Para superar el módulo se han de aprobar todas las pruebas teórico-prácticas.
- 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 contínua: En virtud de lo establecido del artículo 27.5 y 27.6 del Decreto 147/2025, de 17 de septiembre, la evaluación continua de los aprendizajes requerirá la asistencia regular y obligatoria, tanto en el centro docente como en la fase de formación en empresa u organismo equiparado, de al menos el 80 por ciento de la duración total del módulo, ámbito o proyecto, a partir de la fecha en la que el alumnado se haya matriculado, teniendo que superar en junio todos los RA y criterios de evaluación de dicho módulo en el que se ha perdido la evaluación continua.

D) Baja de oficio: De conformidad con lo dispuesto en el artículo 26.5 del Decreto 147/2025, de 17 de septiembre, los centros docentes sostenidos con fondos públicos iniciarán el procedimiento de anulación de oficio de la matrícula en las ofertas formativas de grados D o E si, una vez iniciadas las actividades lectivas y transcurridos cinco días hábiles, se observase la no incorporación o la inasistencia injustificada y reiterada del alumnado a las mismas. Dicho procedimiento podrá incoarse hasta el 15 de noviembre de cada año. Asimismo, a partir del 15 de noviembre podrá procederse igualmente a la anulación de oficio de la matrícula en aquellos casos en que el alumnado acumule un mínimo de cuarenta y cinco días hábiles de inasistencia injustificada en el conjunto de los módulos en que estuviera matriculado.

E) 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 de los módulos profesionales correspondientes además del que consta en 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 la formación en empresa de este módulo es la siguiente, siendo la actividad destinada :

Ítem (describe detalladamente)	CEV	% RA	No se ha realizado	No sabe hacerlo	Sabe hacerlo con ayuda	Sabe hacerlo de manera autónoma	Sabe hacerlo de manera autónoma y es capaz de ayudar a otros
1. El alumno utiliza de forma adecuadas los diferentes canales de comunicación	A,B	40%	☐	☐	☐	☐	☐
2. El alumnado interactúa con los clientes a través de diferentes canales utilizados en la empresa	C, D, E, F, G, H	25%	☐	☐	☐	☐	☐
3. El alumnado interactúa con el personal de la empresa a través de los diferentes canales utilizados en la empresa.	A, B	25%	☐	☐	☐	☐	☐
4. En las situaciones de atención al cliente, el alumnado ha redactado escritos de respuesta a la información solicitada por éstos.	G, H	10%	☐	☐	☐	☐	☐

Para llevar a cabo la valoración con esta rúbrica se propone al centro de trabajo que el alumno debe saber comunicarse a nivel interno y externo, utilizando todos los recursos disponibles en la empresa de forma que sepa solventar las barreras y dificultades de comunicación. Deberá ser capaz de utilizar los diferentes canales de comunicación (presencial, por teléfono y correo electrónico), para facilitar la información a clientes, respondiendo dudas y utilizando las normas de protocolo adecuadas.

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, si el trabajo es en grupo, 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.

Proceso de evaluación de los RA en formación en empresa

La persona que ejerza la tutoría dual en la empresa registrará la evolución del alumnado respecto a los RA y criterios de evaluación aplicables en el módulo correspondiente. Esta valoración se realizará mediante instrumentos específicos: rúbricas cualitativas como el ejemplo que acabamos de ver.

La información recogida por el tutor de empresa se trasladará al profesor responsable del módulo

para integrarla en el procedimiento global de evaluación, complementando la evaluación realizada en el centro educativo.

La calificación final del módulo tendrá en cuenta, de manera parcial y ponderada, la valoración realizada por el tutor dual de empresa, asegurando que la experiencia práctica forme parte del proceso de calificación.

La coordinación entre tutor de empresa y profesor del centro será continua, mediante informes periódicos, reuniones y diarios de prácticas y asistencia del alumnado.

El responsable último de la calificación numérica recibida en el RA de empresa es el profesor responsable del módulo.

Recuperación de los RA no superados en la fase de formación en empresa

En caso de que algún alumno/a no pueda desarrollar alguno de los resultados de aprendizaje previstos en su plan de formación individual o no los supere en el centro de trabajo (durante la fase de formación en empresa u organismo equiparado), tendrá que desarrollar un proyecto entregable consistente en la elaboración de un briefing para un cliente de una agencia.

El profesor facilitará el material teórico y las explicaciones necesarias para que pueda desarrollarlo entre las evaluaciones final primera y final segunda (junio) en caso de no haber sido superado dicho RA, siendo el instrumento empleado para evaluarlo una rúbrica, este proyecto tendrá que tener una nota igual o superior al cinco para poder superar el RA vinculado a la fase de formación en empresa, en caso contrario ni el RA ni el módulo finalmente quedarían superados, estando suspenso o suspensa en la segunda evaluación final y definitiva del curso.

Este procedimiento también tendrá lugar si el tutor dual de empresa nos manifiesta en sus rúbricas de evaluación que no se ha desarrollado dicho RA en empresa, en este caso el alumnado no tendrá que esperar al mes de junio para poder desarrollar el proyecto, pudiendo entregarlo antes de la primera evaluación final

Instrumentos de evaluación para alumnado con pérdida de evaluación continua

Para el alumnado que no haya superado la evaluación continua se establecerá un periodo de recuperación individualizado entre la evaluación inicial final primera y segunda, estructurado en dos semanas, si bien también puede presentarse a la convocatoria antes de la primera evaluación final (entregas y pruebas correspondientes a toda la materia) siempre que lo solicite por adelantado y en tiempo y forma, en caso de no aprobar pasaría a tener otra oportunidad en la segunda evaluación final.

Con respecto al periodo de recuperación individualizado entre la evaluación inicial final primera y segunda:

Cada semana se centrará en temas específicos, incluyendo la realización de ejercicios prácticos y dudas y explicaciones de las entregas de proyectos

Los instrumentos seleccionados permitirán valorar de manera objetiva la adquisición de los RA no alcanzados por la pérdida de la evaluación continua. Entre ellos se incluyen:

- Pruebas escritas y prácticas correspondientes a los temas de cada semana
- Entrega de trabajos o ejercicios desarrollados durante la recuperación, con criterios de corrección previamente definidos
- Rúbricas para la valoración de competencias y procedimientos aplicados en cada actividad y guias de corrección de pruebas teórica-prácticas.
- Cuaderno de seguimiento y registro del progreso del alumnado, anotando resultados, incidencias y observaciones del docente.

La superación del módulo estará condicionada a que el alumnado supere todas las pruebas y entregas de los temas correspondientes a los dos trimestres, incluidos los RA que van a empresa, que anteriormente se ha expuesto cómo se recupera.

Periodo entre las evaluaciones final primera y final segunda

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 o para subir calificaciones, o cómo se ha explicado por la pérdida de evaluación continua. Se desarrollaran:

A) Actividades de refuerzo (recuperación de resultados no alcanzados)

Estas actividades estarán dirigidas al alumnado que no haya alcanzado de forma satisfactoria alguno de los criterios de evaluación o resultados de aprendizaje (RA) en la evaluación final primera.
Su objetivo es reconducir el proceso de aprendizaje, atendiendo a las dificultades detectadas durante la evaluación continua.

Características:

- Individualizadas o en pequeños grupos, según las necesidades detectadas
- Enfocadas en los RA no superados, con tareas específicas de aplicación práctica.
- Utilización de ejercicios de consolidación
- La superación de estos RA pendientes permitirá la superación del módulo o en caso de no superarse de cara a la segunda evaluación final y definitiva, el alumno/a no superará de manera definitiva el módulo profesional

Ejemplos de actividades de refuerzo:

- Ejercicios prácticos de aplicación de contenidos básicos
- Revisión guiada de errores cometidos en pruebas o tareas anteriores
- Tutorías individualizadas para reforzar competencias específicas
- Actividades en aula virtual

La asistencia en junio a clase para las actividades de refuerzo es obligatoria.

B) Actividades de mejora o ampliación (subir nota o profundizar)

Estas actividades se ofrecen al alumnado que haya alcanzado los resultados de aprendizaje, pero desee mejorar su calificación

Características:

- De carácter voluntario
- Pueden contribuir a incrementar la calificación final del módulo, siempre que se evidencie un nivel de logro superior a los mínimos exigidos.

Ejemplos de actividades de mejora:

- Elaboración de un proyecto complementario o mejora de uno existente
- Desarrollo de una propuesta creativa, campaña o simulación avanzada
- Investigación o análisis de casos reales de empresas del sector

La asistencia del alumnado para subir nota es solo puntual, no todo el mes de junio, por el tiempo necesario para poder demostrar la subida de nota en los RA que previamente le haya comunicado el profesor, deben solicitar por escrito su deseo de subir nota en el módulo profesional.

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

En el caso del grupo solo consta un alumno con **dislexia**, se aplicarán los mismos **instrumentos y criterios de evaluación** que al resto del grupo, sin realizar **adaptaciones significativas ni ampliar el tiempo de examen**, con las siguientes excepciones:

- No se le tendrán en cuenta las faltas de ortografía al calificar los contenidos escritos, garantizando así que la valoración se centre en el conocimiento, la comprensión y la aplicación de competencias profesionales, y no en dificultades específicas de lectoescritura.
- Explicar verbalmente las indicaciones de exámenes, prácticas o trabajos, además de proporcionarle por escrito dichas cosas
- Sesiones de orientación o aclaración de dudas sobre contenidos, planificación de actividades y estrategias de estudio, siempre que el alumno lo solicite.
- Explicación o resumen de textos técnicos o de lectura densa, facilitando la comprensión de conceptos clave
- La calificación final se obtendrá de la misma manera que para el resto del alumnado, garantizando igualdad de oportunidades y equidad en la evaluación.

- La atención se centra en facilitar el aprendizaje y la comprensión de los contenidos, sin modificar los instrumentos ni la exigencia de los RA.

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.
- 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. 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
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
Actividades de participación en Proyectos y programas del Centro	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	**Juan Zafra Aranda**
Curso	**2026/27**

IES Huerta Alta

Unión Europea
Fondo Social Europeo
"El FSE invierte en tu futuro"
JUNTA DE ANDALUCIA
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

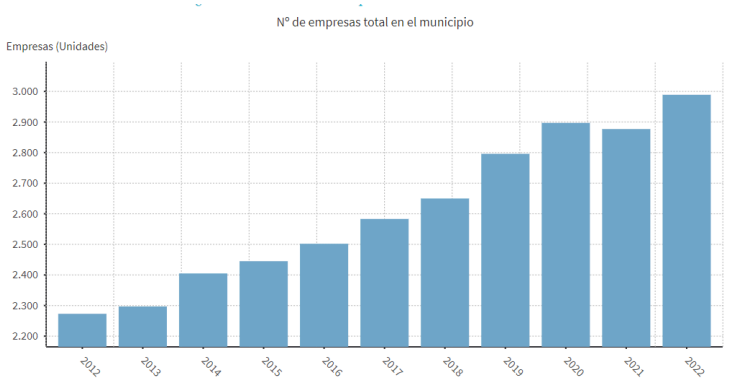
de la N-340 Málaga-Cádiz: la A-404 dirección a Coín, a través de la autovía Campanillas-Parque Tecnológico sentido Cártama: salida a Churriana. y a través de la hiperronda de Málaga (MA-30), inaugurada en noviembre de 2011 que parte desde el Enlace de las Virreinas a Torremolinos y que conecta con la 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.

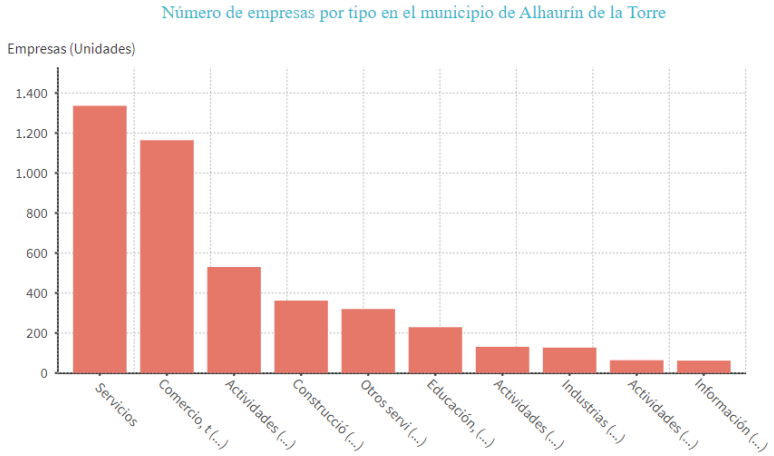
La renta bruta media del municipio ha experimentado crecimientos constantes en los últimos años de manera paralela al crecimiento de la población, siendo la mayor de la comarca del Guadalhorce.

El nivel educativo refleja bajo analafabetismo solo 390 personas según el IAE, y siendo el mayor porcentaje el de personas que tienen la enseñanza secundaría 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. 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.
5. Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre, por la que se modifica la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación
6. Ley 17/2007, de 10 de diciembre, de Educación de Andalucía.
7. Real Decreto 39/1997, de 17 de enero por el que se aprueba el Reglamento de los Servicios de Prevención.
8. 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.
9. Orden de 28 de julio de 2015, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales.
10. Real Decreto 532/2025, de 24 de junio: Integra los estándares de competencia profesionales en el Catálogo Nacional.
11. Decreto 327/2010, de 13 de julio, por el que se aprueba el Reglamento Orgánico de los Institutos de Educación Secundaria.
12. Orden de 20 de agosto de 2010: Regula la organización y el funcionamiento de los IES en Andalucía.
13. Decreto 147/2025, de 17 de septiembre de 2025, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas de los Grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía
14. Orden de 18 de septiembre de 2025, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía
15. Orden de 26 de septiembre de 2025, por la que se regula la fase de formación en empresa u organismo equiparado de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional de la Comunidad Autónoma de Andalucía
16. Instrucciones de 20 de mayo de 2026 de la Dirección General de Formación Profesional y Educación

Permanente, por la que se establecen aspectos relativos a la evaluación final del alumnado de las enseñanzas de los grados D y E del sistema de formación profesional para el curso 2025/2026 en los centros docentes de la comunidad autónoma de andalucía.

2.- Objetivos y Competencias

La competencia general de este título consiste en desarrollar actividades de gestión de un pequeño comercio o integrar el equipo de comercialización de una gran empresa, efectuando la organización del punto de venta, la venta de productos y servicios a través de diferentes canales de comercialización, la atención al cliente, la gestión del almacenamiento y la administración básica del establecimiento comercial.

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) 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.

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

a) Determinar la forma jurídica de la empresa y los trámites requeridos para su creación y puesta en marcha, de acuerdo con la normativa mercantil, laboral y fiscal.

b) Obtener y gestionar los recursos financieros y económicos necesarios para la apertura y viabilidad de un pequeño comercio.

c) Administrar y gestionar un pequeño establecimiento comercial, realizando la documentación comercial, contable, administrativa y fiscal asociada.

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.

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.

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

RA1. 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 grandes superficies y otras formas de distribución minorista.	– 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.

RA2. 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.

RA3. 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. 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.	– 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. – 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).

RA4. 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 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.	– 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. – 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.

RA5. 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. g) Se han calculado los costes de personal y seguridad social a cargo de la empresa.	– 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.

RA6. 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.

RA7. 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.

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.	– Las cuentas. – 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.

RA8. 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.	– 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.

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 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.	– 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.

Temporalización de los Resultados de Aprendizaje.

RESULTADO DE APRENDIZAJE	1T	2T	2T-Eval final
RA1. 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		
RA2. 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		
RA3. 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	
RA4. 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		

RA5. 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	X	
RA6. 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	
RA7. 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	
RA8. 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 (RA en empresa)

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:

a) Receptivo. Por explicación del profesor, material impreso, medios audiovisuales.
b) Por descubrimiento. Descubre el material por sí mismo: guiado por el profesor en principio y después de manera autónoma.
c) Memorístico de conceptos clave en los que después aplicar la práctica.
d) 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, quédatos 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 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 duales 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. La empresa	16 horas	**Primer trimestre**	RA1 CE1.c, d, e, f, g, h
UD 2. La forma jurídica de la empresa	14 horas	**Primer trimestre**	RA2 CE2.a, b, c, d, e, f, g, h
UD3. La iniciativa emprendedora y el plan de empresa	12 horas	**Primer trimestre**	RA1 CE1.a, b
UD 4. Análisis del entorno comercial	18 horas	**Primer trimestre**	RA1 y RA3 CE1.f, g CE3.a, b
UD 5. El plan de inversiones en el establecimiento comercial	21 horas	**Primer trimestre**	RA3, RA4 CE3.f, i CE4.a, b, c, d, e, f, g
UD6. La gestión económica y la tesorería	21 horas	**Primer trimestre**	RA3, RA5 CE3.c, d, g, h

en el pequeño comercio			CE5.a, b, c, d, e, f
UD7. Obligaciones fiscales en el establecimiento comercial	16 horas	**Segundo trimestre**	RA6, RA7 CE6.b CE7.f, g
UD8. Documentos de compraventa, de cobro y de pago	16 horas	**Segundo trimestre**	RA6 CE6. a, c, d, e, f, g
UD9. La contabilidad en el establecimiento comercial	20 horas	**Segundo trimestre**	RA7 CE7. a, b, c, d, e, h
UD10. La gestión de los recursos humanos	14 horas	**Segundo trimestre**	RA3, RA5 CE3.e, CE5.g
Proyecto: Plan de empresa	42 horas	**Segundo y tercer trimestre**	RA1 - RA7
UD11. La calidad del servicio al cliente	35 horas	**Tercer trimestre (FFEOE)**	RA8 CE8.a, b, c, d, e, f
TOTAL HORAS	245 horas		

Planteamiento metodológico y actividades.

Como se ha expuesto anteriormente la programación se ha organizado en 11 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 18 de septiembre de 2025, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía, se evaluará cada uno de los siguientes resultados de aprendizaje mediante las evidencias descritas en las siguientes tablas, atendiendo a lo siguientes **procedimientos, técnicas e instrumentos de evaluación:**

La evaluación del módulo se llevará a cabo mediante procedimientos, técnicas e instrumentos variados, flexibles, accesibles y adaptados a las características del alumnado, asegurando una valoración continua y global del grado de consecución de los resultados de aprendizaje y de los criterios de evaluación asociados.

Para cada criterio de evaluación se aplicarán distintos instrumentos que permitan observar el progreso competencial del alumnado desde diferentes perspectivas.

Procedimientos de evaluación:

- Observación sistemática del desempeño del alumnado en actividades individuales y grupales.
- Valoración continua de los trabajos, proyectos y tareas realizadas en el aula o en entornos simulados.
- Revisión y análisis de evidencias de aprendizaje (portafolios, informes, presentaciones, productos finales, pruebas prácticas…).
- Autoevaluación y coevaluación como estrategias de reflexión y mejora del propio proceso de aprendizaje.

Técnicas de evaluación:

- Observación directa y registro de actitudes, destrezas y comportamientos.
- Análisis de producciones escritas y digitales.
- Resolución de casos prácticos y situaciones simuladas.
- Entrevistas o tutorías individualizadas para recoger información cualitativa del proceso.

Instrumentos de evaluación:

- Rúbricas específicas para cada resultado de aprendizaje.
- Listas de cotejo (checklists) para el control del progreso.
- Portafolio de evidencias.
- Guía de corrección
- Cuaderno del profesor/a como registro de observaciones y calificaciones parciales.

Estos instrumentos se seleccionarán de forma coherente con las actividades de enseñanza-aprendizaje y permitirán la recogida de información válida y fiable, garantizando la accesibilidad para todo el alumnado y la posibilidad de ajustes metodológicos según sus necesidades.

El registro administrativo de las calificaciones y la gestión del progreso competencial se realizará mediante la plataforma Séneca, garantizando el volcado criterial por Criterios de Evaluación conforme a las Instrucciones de 20 de mayo de 2026 de la DGFP.

RA1. 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	**Procedimiento**	**Técnica**	**Instrumento**	**Peso 13,50%**
a) Se ha considerado el concepto de cultura emprendedora, valorando su importancia como fuente de creación de empleo y de bienestar social.	Revisión de pruebas teórico-prácticas	Examen	Guía de corrección	1,50%
b) Se ha valorado la importancia de la iniciativa individual, la creatividad, la formación y la				1,00%

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.	Análisis de evidencias de aprendizaje [60%] – Revisión de pruebas teórico-prácticas [40%]	Resolución de casos prácticos y proyectos [60%] – Examen [40%]	Rúbrica (Entrega 1 - Comercio y RSC) – Guía de corrección [40%]	2,00%
d) Se han identificado prácticas empresariales que incorporan valores éticos, sociales y de respeto al medioambiente.				1,00%
e) Se han descrito individualmente las funciones básicas de la empresa y se han analizado todas en conjunto como un sistema integral.				1,00%
h) Se han identificado las ventajas y fortalezas del comercio de proximidad tradicional frente a las grandes superficies y otras formas de distribución minorista.				2,00%
f) Se han identificado los principales elementos del entorno general de la empresa, analizando factores económicos, sociales, demográficos, culturales, tecnológicos, medioambientales y político–legales.	Análisis de evidencias de aprendizaje [60%] – Revisión de pruebas teórico-prácticas [40%]	Resolución de casos prácticos y proyectos [60%] – Examen [40%]	Rúbrica (Entrega 1 - PESTEL y Porter) [60%] – Guía de corrección [40%]	2,50%
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.				2,50%

RA2. 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	**Procedimiento**	**Técnica**	**Instrumento**	**Peso 13,50%**
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.	Revisión de pruebas teórico-prácticas	Examen	Guía de corrección	2,00%
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.				2,00%
f) Se ha consultado la normativa nacional, autonómica y local que regula y/o afecta al pequeño comercio.				1,00%
g) Se han identificado las obligaciones mercantiles, laborales y fiscales derivadas del ejercicio de la actividad económica de la empresa.				2,00%
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.	Análisis de evidencias de aprendizaje [60%] – Revisión de pruebas teórico-prácticas [40%]	Resolución de casos prácticos y proyectos [60%] – Examen [40%]	Rúbrica (Entrega - Dossier de constitución) [60%] – Guía de corrección [40%]	2,00%
d) Se han determinado los trámites administrativos y jurídicos, las				2,00%

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.				1,00%
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.				1,50%

RA3. 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	**Procedimiento**	**Técnica**	**Instrumento**	**Peso 13,50%**
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.	Revisión de pruebas teórico-prácticas	Examen	Guía de corrección	1,00%
b) Se han identificado las fortalezas y debilidades personales y las oportunidades y amenazas del entorno, mediante el correspondiente análisis DAFO.				2,50%
d) Se ha elaborado una lista de precios de los productos,				2,00%

aplicando los criterios de fijación de precios establecidos.				
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.				1,00%
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.	Análisis de evidencias de aprendizaje	Resolución de casos prácticos y proyectos	Rúbrica (Entrega - Proyecto Plan de Empresa)	2,00%
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.				1,00%
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.				1,00%
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.				2,00%
i) Se ha estudiado la posibilidad de comercialización online y de otras				1,00%

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.				

RA4. 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	**Procedimiento**	**Técnica**	**Instrumento**	**Peso 13,50%**
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.	Revisión de pruebas teórico-prácticas	Examen	Guía de corrección	2,50%
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.				2,00%
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.				2,00%
f) Se han seleccionado las pólizas de seguros adecuadas, en función de las coberturas necesarias según las contingencias y exigencias legales de la actividad.				1,00%
a) Se han determinado las necesidades de la tienda, local, mobiliario, equipos, sistema de	Análisis de evidencias de aprendizaje	Resolución de casos prácticos y proyectos	Rúbrica	2,00%

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.				
e) Se ha seleccionado la forma de obtención y financiación de los equipos e instalaciones de la tienda, evaluando los costes y los riesgos.				2,00%
g) Se ha obtenido información sobre posibles ayudas y subvenciones para la compra del equipamiento de la tienda, identificado los organismos donde se tramitan.				2,00%

RA5. 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	**Procedimiento**	**Técnica**	**Instrumento**	**Peso 13,50%**
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.	Revisión de pruebas teórico-prácticas	Examen	Guía de corrección	2,00%
f) Se han calculado los costes financieros y los riesgos de gestión de cobro y de negociación de efectos comerciales.				2,00%

g) Se han calculado los costes de personal y seguridad social a cargo de la empresa.				2,00%
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.	Análisis de evidencias de aprendizaje	Resolución de casos prácticos y proyectos	Rúbrica	2,00%
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.				2,00%
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.				2,00%
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.				1,50%

RA6. 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	**Procedimiento**	**Técnica**	**Instrumento**	**Peso 13,50%**

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.	Revisión de pruebas teórico-prácticas	Examen	Guía de corrección	1,50%
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.				2,00%
e) Se han cumplimentado y gestionado los documentos correspondientes a los diferentes medios de pago y cobro de las operaciones de la empresa.				2,00%
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.	Análisis de evidencias de aprendizaje	Resolución de casos prácticos y proyectos	Rúbrica	2,00%
d) Se ha realizado el registro periódico de las facturas emitidas y recibidas que exige la normativa del IVA.				2,00%
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.				2,00%
g) Se han elaborado facturas de negociación de efectos comerciales.				2,00%

RA7. 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	**Procedimiento**	**Técnica**	**Instrumento**	**Peso 13,50%**
a) Se han identificado las funciones de la contabilidad y los libros obligatorios y voluntarios que debe llevar la empresa.	Revisión de pruebas teórico-prácticas	Examen	Guía de corrección	2,00%
b) Se han diferenciado las distintas partidas del balance (activo, pasivo y patrimonio neto), analizando sus características y relación funcional.				2,00%
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.				1,50%
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).				2,00%
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.				2,00%
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.	Análisis de evidencias de aprendizaje	Resolución de casos prácticos y proyectos	Rúbrica	1,00%
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.				2,00%

f) Se han cumplimentado las declaraciones– liquidaciones periódicas del Impuesto sobre el Valor Añadido, en función del régimen de tributación elegido.				1,00%

RA8. 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	**Procedimiento**	**Técnica**	**Instrumento**	**Peso 5,50%**
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.	Observación sistemática en el centro de trabajo y reuniones con la tutoría dual	Observación directa y valoración del desempeño profesional	Rúbrica de la tutoría dual de empresa	1,00%
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.				0,50%
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				1,00%

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.				1,00%
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.				1,00%
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.				1,00%

PROCESO DE EVALUACIÓN EN LOS CICLOS FORMATIVOS DE GRADO D Y E

Todos los módulos de los ciclos formativos se rigen por la Orden de 18 de septiembre de 2025, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

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:

- La superación de cualquier módulo profesional requiere la evaluación positiva de todos los resultados de aprendizaje (RA) que lo componen, sean o no formación en la empresa.En consecuencia, la calificación final del módulo será positiva únicamente cuando el alumno o alumna haya alcanzado de forma satisfactoria todos los RA, conforme a los criterios de evaluación establecidos para cada uno de

ellos. Esto incluye también al módulo de proyecto intermodular

- Se necesitará obtener como mínimo una puntuación de **5 puntos, utilizando una evaluación criterial para aprobar cada una de ellas**
- 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.
- 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. Esto incluye el uso de la IA, internet o dispositivos móviles cuando no haya sido aprobado su uso por el docente, este utilizará los instrumentos correspondientes para garantizar que se realizó tal uso indebido.
- Para superar el módulo se han de aprobar todas las pruebas teórico-prácticas.
- 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 contínua: En virtud de lo establecido del artículo 27.5 y 27.6 del Decreto 147/2025, de 17 de septiembre, la evaluación continua de los aprendizajes requerirá la asistencia regular y obligatoria, tanto en el centro docente como en la fase de formación en empresa u organismo equiparado, de al menos el 80 por ciento de la duración total del módulo, ámbito o proyecto, a partir de la fecha en la que el alumnado se haya matriculado, teniendo que superar en junio todos los RA y criterios de evaluación de dicho módulo en el que se ha perdido la evaluación continua.

D) Baja de oficio: De conformidad con lo dispuesto en el artículo 26.5 del Decreto 147/2025, de 17 de septiembre, los centros docentes sostenidos con fondos públicos iniciarán el procedimiento de anulación de oficio de la matrícula en las ofertas formativas de grados D o E si, una vez iniciadas las actividades lectivas y transcurridos cinco días hábiles, se observase la no incorporación o la inasistencia injustificada y reiterada del

alumnado a las mismas. Dicho procedimiento podrá incoarse hasta el 15 de noviembre de cada año. Asimismo, a partir del 15 de noviembre podrá procederse igualmente a la anulación de oficio de la matrícula en aquellos casos en que el alumnado acumule un mínimo de cuarenta y cinco días hábiles de inasistencia injustificada en el conjunto de los módulos en que estuviera matriculado.

E) 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 de los módulos profesionales correspondientes además del que consta en 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.

Ítem (describe detalladamente)	CEV	% RA	No se ha realizado	No sabe hacerlo	Sabe hacerlo con ayuda	Sabe hacerlo de manera autónoma	Sabe hacerlo de manera autónoma y es capaz de ayudar a otros
1. El alumno/a identifica distintos tipos de clientes y la atención que requieren atendiendoles, adecuadamente, a las características de la tienda y a sus sistemas normalizados de calidad.	a	30 %	☐	☐	☐	☐	☐
2. El alumno/a conoce la forma de gestionar los servicios de proximidad (envío a domicilio y servicios postventa) valorando su coste y efectividad.	b,c	20 %	☐	☐	☐	☐	☐
3. El alumno/a sabe los horarios y calendario de la tienda, promociones y rebajas, así como el sistema de actualización de precios.	d,e	30 %	☐	☐	☐	☐	☐
4. Entiende y aplica los procedimientos de incidencias, quejas o reclamaciones para garantizar un servicio de calidad al consumidor.	f	20 %	☐	☐	☐	☐	☐

Para llevar a cabo la valoración con esta rúbrica, se propone al centro de trabajo que el alumnado realice como actividad formativa la aplicación y seguimiento de pautas de atención personalizada al cliente, la gestión de servicios adicionales de proximidad (envíos a domicilio y atención posventa conforme a criterios de calidad como la norma UNE 175001-1), el control de la información de precios/TPV o el tratamiento de incidencias y reclamaciones, tomando en cuenta los cuatro ítems descritos. En caso de no desarrollar un plan de calidad integral, se podrá valorar este RA atendiendo a cualquier tarea habitual de atención directa al público, actualización de precios y horarios, o gestión de consultas y reclamaciones desarrollada en el centro de trabajo siguiendo las indicaciones de la empresa.

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, si el trabajo es en grupo, 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.

Proceso de evaluación de los RA en formación en empresa

La persona que ejerza la tutoría dual en la empresa registrará la evolución del alumnado respecto a los RA y criterios de evaluación aplicables en el módulo correspondiente. Esta valoración se realizará mediante instrumentos específicos: rúbricas cualitativas como el ejemplo que acabamos de ver.

La información recogida por el tutor de empresa se trasladará al profesor responsable del módulo para integrarla en el procedimiento global de evaluación, complementando la evaluación realizada en el centro educativo.

La calificación final del módulo tendrá en cuenta, de manera parcial y ponderada, la valoración realizada por el tutor dual de empresa, asegurando que la experiencia práctica forme parte del proceso de calificación.

La coordinación entre tutor de empresa y profesor del centro será continua, mediante informes periódicos, reuniones y diarios de prácticas y asistencia del alumnado.

El responsable último de la calificación numérica recibida en el RA de empresa es el profesor responsable del módulo.

Recuperación de los RA no superados en la fase de formación en empresa

En caso de que algún alumno/a no pueda desarrollar alguno de los resultados de aprendizaje previstos en su plan de formación individual o no los supere en el centro de trabajo (durante la fase de formación en empresa u organismo equiparado), tendrá que superar una prueba escrita en torno a los criterios de evaluación correspondientes.

El profesor facilitará el material teórico y las explicaciones necesarias para que pueda realizar la prueba entre las evaluaciones final primera y final segunda (junio) en caso de no haber sido superado dicho RA, siendo el instrumento de evaluación empleado una guía de corrección. Este examen tendrá que tener una nota igual o superior al cinco para poder superar el RA vinculado a la fase de formación en empresa, en caso contrario ni el RA ni el módulo finalmente quedarían superados, estando suspenso o suspensa en la segunda evaluación final y definitiva del curso.

Este procedimiento también tendrá lugar si el tutor dual de empresa nos manifiesta en sus rúbricas de evaluación que no se ha desarrollado dicho RA en la empresa.

Instrumentos de evaluación para alumnado con pérdida de evaluación continua

Para el alumnado que no haya superado la evaluación continua se establecerá un periodo de recuperación individualizado entre la evaluación inicial final primera y segunda, estructurado en dos semanas, si bien también puede presentarse a la convocatoria antes de la primera evaluación final (entregas y pruebas correspondientes a toda la materia) siempre que lo solicite por adelantado y en tiempo y forma, en caso de no aprobar pasaría a tener otra oportunidad en la segunda evaluación final.

Con respecto al periodo de recuperación individualizado entre la evaluación inicial final primera y segunda:

Cada semana se centrará en temas específicos, incluyendo la realización de ejercicios prácticos y dudas y explicaciones de las entregas de proyectos

Los instrumentos seleccionados permitirán valorar de manera objetiva la adquisición de los RA no

alcanzados por la pérdida de la evaluación continua. Entre ellos se incluyen:

- Pruebas escritas y prácticas correspondientes a los temas de cada semana
- Entrega de trabajos o ejercicios desarrollados durante la recuperación, con criterios de corrección previamente definidos
- Rúbricas para la valoración de competencias y procedimientos aplicados en cada actividad y guias de corrección de pruebas teórica-prácticas.
- Cuaderno de seguimiento y registro del progreso del alumnado, anotando resultados, incidencias y observaciones del docente.

La superación del módulo estará condicionada a que el alumnado supere todas las pruebas y entregas de los temas correspondientes a los dos trimestres, incluidos los RA que van a empresa, que anteriormente se ha expuesto cómo se recupera.

Periodo entre las evaluaciones final primera y final segunda

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 o para subir calificaciones, o cómo se ha explicado por la pérdida de evaluación continua. Se desarrollaran:

A) Actividades de refuerzo (recuperación de resultados no alcanzados)

Estas actividades estarán dirigidas al alumnado que no haya alcanzado de forma satisfactoria alguno de los **c**riterios de evaluación o resultados de aprendizaje (RA) en la evaluación final primera.
Su objetivo es reconducir el proceso de aprendizaje, atendiendo a las dificultades detectadas durante la evaluación continua.

Características:

- Individualizadas o en pequeños grupos, según las necesidades detectadas
- Enfocadas en los RA no superados, con tareas específicas de aplicación práctica.
- Utilización de ejercicios de consolidación

- La superación de estos RA pendientes permitirá la superación del módulo o en caso de no superarse de cara a la segunda evaluación final y definitiva, el alumno/a no superará de manera definitiva el módulo profesional

Ejemplos de actividades de refuerzo:

- Ejercicios prácticos de aplicación de contenidos básicos
- Revisión guiada de errores cometidos en pruebas o tareas anteriores
- Tutorías individualizadas para reforzar competencias específicas
- Actividades en aula virtual

La asistencia en junio a clase para las actividades de refuerzo es obligatoria.

B) Actividades de mejora o ampliación (subir nota o profundizar)

Estas actividades se ofrecen al alumnado que haya alcanzado los resultados de aprendizaje, pero desee **mejorar su calificación**

Características:

- De carácter **voluntario**
- Pueden contribuir a **incrementar la calificación final del módulo**, siempre que se evidencie un nivel de logro superior a los mínimos exigidos.

Ejemplos de actividades de mejora:

- Elaboración de un proyecto complementario o mejora de uno existente
- Desarrollo de una propuesta creativa, campaña o simulación avanzada
- Investigación o análisis de casos reales de empresas del sector

La asistencia del alumnado para subir nota es solo puntual, no todo el mes de junio, por el tiempo

necesario para poder demostrar la subida de nota en los RA que previamente le haya comunicado el profesor, deben solicitar por escrito su deseo de subir nota en el módulo profesional.

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

En el caso del grupo no consta alumnado NEAE, no obstante, si el equipo educativo detecta dificultades en el aprendizaje, se derivará al departamento de orientación del centro. Se aplicarán los mismos instrumentos y criterios de evaluación que al resto del grupo, ya que en formación profesional no se pueden realizar adaptaciones significativas. Únicamente se podrían llevar a cabo medidas que faciliten el acceso al currículo:

- Distribución de la clase en función de las necesidades del alumnado.
- No se le tendrán en cuenta las faltas de ortografía al calificar los contenidos escritos con alumnado que presente dislexia, garantizando así que la valoración se centre en el conocimiento, la comprensión y la aplicación de competencias profesionales, y no en dificultades específicas de lectoescritura.
- Explicar verbalmente las indicaciones de exámenes, prácticas o trabajos, además de proporcionarle por escrito dichas cosas
- Sesiones de orientación o aclaración de dudas sobre contenidos, planificación de actividades y estrategias de estudio, siempre que el alumno lo solicite.
- Explicación o resumen de textos técnicos o de lectura densa, facilitando la comprensión de conceptos clave.
- La calificación final se obtendrá de la misma manera que para el resto del alumnado, garantizando igualdad de oportunidades y equidad en la evaluación.
- La atención se centra en facilitar el aprendizaje y la comprensión de los contenidos, sin modificar los instrumentos ni la exigencia de los RA.

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	Segundo trimestre
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:

- RA3: 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

- RA4: 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

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	**Venta Técnica (1230)**
Ciclo	**CFGM Actividades Comerciales**
Curso	**Segundo**
Familia	**Comercio y marketing**
Profesor/a	**Inés Ortiz Granel**
Curso	**2026/27**

IES Huerta Alta

Unión Europea
Fondo Social Europeo
"El FSE invierte en tu futuro"
JUNTA DE ANDALUCIA
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

El módulo profesional de Venta Técnica (Código 1230) constituye un pilar formativo especializado dentro del segundo curso del Ciclo Formativo de Grado Medio en Actividades Comerciales (Familia Profesional de Comercio y Marketing). La actividad técnica de ventas requiere una alta capacidad de análisis, argumentación estructurada y dominio técnico tanto de bienes industriales y tecnológicos como de productos de alta gama, servicios y bienes inmuebles. El módulo cuenta con una carga horaria total de 175 horas lectivas, impartidas a razón de 5 horas semanales.

1.1. Concepto y Características de la Programación Didáctica

Como destacan referentes en didáctica como Miguel A. Zabalza y Pérez Corbacho, la Programación Didáctica (PD) es el instrumento de planificación pedagógica esencial que orienta la acción docente, sistematiza el proceso de enseñanza-aprendizaje y garantiza una práctica coherente y alejada de la improvisación. La PD actúa como brújula adaptativa que aterriza el diseño curricular oficial al contexto específico del aula y del entorno del centro escolar.

El diseño de esta PD se articula a través de los cuatro niveles de concreción curricular del sistema educativo español e inclusivo andaluz:

- **Primer Nivel (Diseño Curricular Base):** Normativa estatal y autonómica prescriptiva (Reales Decretos de Título y Órdenes de Currículo) que fijan los objetivos, contenidos y criterios de evaluación mínimos.
- **Segundo Nivel (Proyecto Educativo de Centro y PD):** Documentos de centro (PEC) y la presente Programación Didáctica del departamento de Comercio y Marketing, adaptando las directrices normativas al IES Huerta Alta.
- **Tercer Nivel (Programación de Unidades de Trabajo):** Planificación operativa del docente en el aula mediante las Unidades de Trabajo (UT), estructurando actividades, metodologías y recursos cotidianos.

1.2. 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.

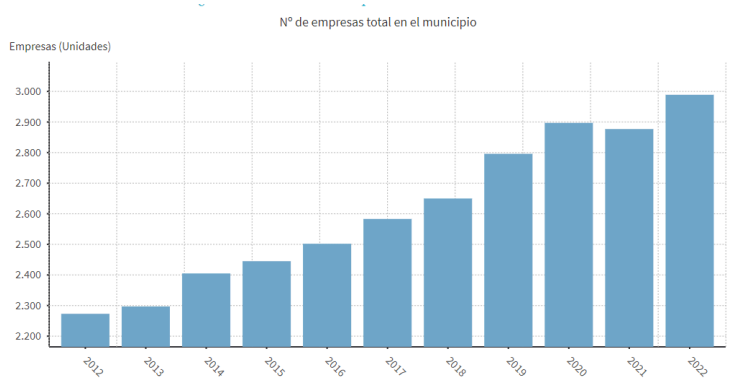
Con respecto a las comunicaciones Alhaurín de la Torre es accesible de las siguientes maneras: por el desvío de la N-340 Málaga-Cádiz: la A-404 dirección a Coín, a través de la autovía Campanillas-Parque Tecnológico sentido Cártama: salida a Churriana. y a través de la hiperronda de Málaga (MA-30), inaugurada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

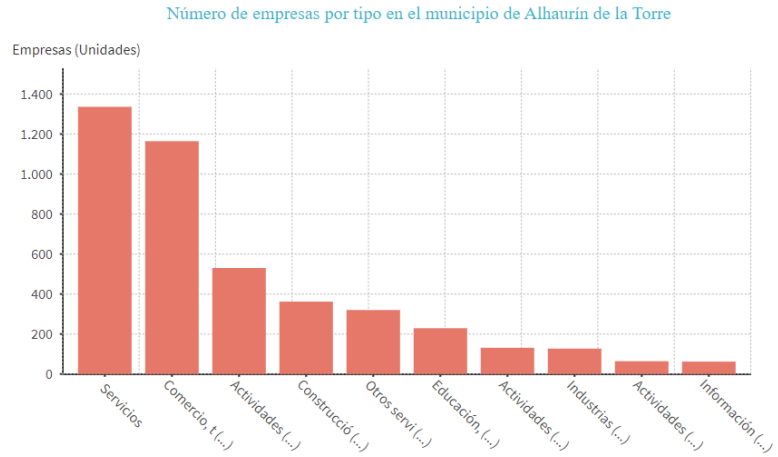
La renta bruta media del municipio ha experimentado crecimientos constantes en los últimos años de manera paralela al crecimiento de la población, siendo la mayor de la comarca del Guadalhorce.

El nivel educativo refleja bajo analafabetismo solo 390 personas según el IAE, y siendo el mayor porcentaje el de personas que tienen la enseñanza secundaría 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



1.3. 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.

1.4. Marco normativo actualizado.

La presente Programación Didáctica se fundamenta y adecúa de manera estricta al siguiente marco legal y normativo vigente para el curso 2026/2027:

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. 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. Ley 17/2007, de 10 de diciembre, de Educación 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 ECD/73/2013, de 23 de enero, por la que se establece el currículo del ciclo formativo de grado medio correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales.
11. Orden de 28 de julio de 2015, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales.
12. 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

13. Decreto 327/2010, de 13 de julio, por el que se aprueba el Reglamento Orgánico de los Institutos de Educación Secundaria
14. Decreto 147/2025, de 17 de septiembre de 2025, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas de los Grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía
15. Orden de 18 de septiembre de 2025, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía
16. Orden de 26 de septiembre de 2025, por la que se regula la fase de formación en empresa u organismo equiparado de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional de la Comunidad Autónoma de Andalucía
17. Instrucciones de 20 de mayo de 2026 de la Dirección General de Formación Profesional y Educación Permanente, por la que se establecen aspectos relativos a la evaluación final del alumnado de las enseñanzas de los grados d y e del sistema de formación profesional para el curso 2025/2026 en los centros docentes de la comunidad autónoma de andalucía.

2.- Objetivos y Competencias

Los objetivos del módulo constituyen la 'Estrella Polar' del proceso formativo, definiendo los logros y capacidades profesionales que el alumnado debe alcanzar para desempeñarse con solvencia técnica en el mercado laboral. Se caracterizan por ser claros, contextualizados, evaluables y orientadores de toda la práctica docente.

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:

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.

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.	**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.

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	- 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.	- 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.

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	- 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. b) Se han identificado los distintos sectores donde se ha desarrollado el telemarketing.	- Concepto de telemarketing. Objetivos, características y funciones. CRM operacional. - Evolución hasta el BPO (Business Process Outsourcing). Influencia del desarrollo de las TIC. Externalización de campañas de telemarketing. Nearshore y offshoring.

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.	- 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 profesiograma 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	2T-Eval final
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	x RA DUAL
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.

4.1. Enfoque metodológico

La metodología didáctica se inspira en el modelo constructivista y en el aprendizaje

significativo. El alumnado es el verdadero protagonista de su aprendizaje, partiendo de sus conocimientos previos y aplicando los saberes teóricos en contextos prácticos que simulan la realidad empresarial.

La metodología responde a un enfoque activo-participativo donde se aprende "haciendo" (learning by doing), combinando la fundamentación teórica sólida con la ejecución práctica adaptada al proceso de aprendizaje y enfocada a la asimilación de los conocimientos y su aplicación práctica.

4.2. Principios Metodológicos aplicados a Venta Técnica

Siguiendo el marco metodológico de referencia, la práctica docente diaria en el módulo se fundamenta en los siguientes doce principios metodológicos, con los cuales se concreta el estilo de enseñanza en este módulo de Venta Técnica:

Desarrollo del pensamiento analítico, crítico y formal: Se estimula la observación, investigación e interpretación de productos técnicos, argumentarios y necesidades de clientes industriales, institucionales o finales, fomentando la creatividad en la resolución de situaciones de venta complejas.

Evaluación continua, formal y no formal: Se efectúa un seguimiento diario del progreso del estudiante para reorientar el aprendizaje y adaptar el ritmo a sus necesidades concretas.

El aula como espacio de trabajo colaborativo: Se concibe el aula como una simulación del entorno profesional comercial, donde se promueve la comunicación asertiva, la cohesión del grupo, el esfuerzo compartido y la resolución de conflictos desde el respeto.

Relación con conocimientos previos e interdisciplinariedad: Se conectan los nuevos aprendizajes con los esquemas previos del alumnado y con los contenidos de otros módulos del ciclo (como Atención al Cliente, Marketing en la Actividad Comercial o Aplicaciones Informáticas). Además, se trabajarán conceptos clave para el desarrollo del Proyecto Intermodular.

Inclusión y respuesta a la diversidad: Se implantan estrategias diversificadas para atender a los distintos ritmos de aprendizaje, motivaciones e inquietudes del alumnado.

Motivación mediante estrategias claras y atractivas: Se definen objetivos claros al inicio de cada sesión y se plantean actividades contextualizadas en el sector comercial real.

Trabajo colaborativo y tutorización entre iguales: Se fomenta la cooperación entre el profesorado y el alumnado, así como el trabajo en parejas y pequeños equipos heterogéneos donde los estudiantes colaboran y se enriquecen mutuamente.

Conexión con el entorno productivo real: Se resalta constantemente la aplicabilidad técnica de los contenidos en el mercado laboral (ventas B2B, sector inmobiliario, servicios, alta gama y productos tecnológicos).

Currículo abierto, flexible y colaborativo: La planificación es un instrumento dinámico y revisable que se adapta a imprevistos y evoluciona junto al grupo.

Autogestión, autoevaluación y coevaluación: Se implica activamente al estudiante en la valoración de su propio trabajo y el de sus compañeros, favoreciendo la formación de juicios profesionales independientes.

Integración intensiva de las TIC y herramientas digitales: Se promueve el uso de tecnologías aplicadas al aprendizaje para el desarrollo de la competencia digital comercial exigida por el mercado laboral.

Fomento de la expresión escrita: Además del uso de las TIC y TAC, se promueve en el aula el uso del libro sugerido y el cuaderno (portfolio) para la realización de actividades y recogida de apuntes que les ayuden a generar un material propio como refuerzo al estudio. De esta manera se promoverá la redacción escrita como un elemento clave en su desarrollo.

4.3. Estrategias de Enseñanza-Aprendizaje en el aula

Para llevar a la práctica los principios metodológicos, se despliegan once estrategias de enseñanza-aprendizaje integradas en el día a día del curso, las cuales son el conjunto de acciones concretas y específicas que vamos a poner en marcha:

Exploración de conocimientos previos y preconcepciones: Al comenzar cada unidad, se comprueban los conocimientos iniciales mediante cuestionarios breves o debates sobre experiencias cotidianas del alumnado, de esta manera, además de partir de la información procedente de la prueba realizada en la evaluación inicial al comienzo del curso, se trabajará en el aula con una base de conocimiento y expectativas.

Combinación expositiva y modelo participativo: Se articulan las explicaciones docentes orientadas a fijar los conceptos clave con métodos interrogativos y participativos que evitan la unidireccionalidad.

"Aprender haciendo" y desmitificación del error: Se asume el error como una herramienta de aprendizaje imprescindible para la mejora técnica en la negociación comercial, generando un clima de confianza que anima a experimentar.

Despertar la curiosidad y la intriga: Se introducen casos reales novedosos, noticias del sector o dilemas comerciales que captan la atención y apelan a vivencias prácticas.

Aprendizaje procedimental mediante tareas aplicadas y exposiciones: Se combinan el trabajo individual de asimilación con tareas aplicadas y presentaciones orales que potencian las habilidades comunicativas.

Indagación y actividades fuera del aula presencial: Se asignan investigaciones sobre

empresas del entorno y la grabación en vídeo de simulaciones comerciales o llamadas telefónicas para su posterior entrega y revisión.

Dinámicas grupales y debates: Se organizan dinámicas grupales en el aula para analizar objeciones, sostener debates guiados y comprobar el trabajo cooperativo del grupo.

Representación visual de conceptos y comunicación multimodal: Se estimula el uso de recursos gráficos como fichas técnicas visuales, mapas conceptuales, argumentarios infográficos y representaciones dramatizadas (role-playing).

Flipped Learning y materiales anticipados: Se suben a la plataforma virtual (Google Classroom) mapas conceptuales, esquemas estructurados y guías didácticas con carácter previo para facilitar el seguimiento de las clases.

Método interrogativo y fomento de la expresión oral: Se utiliza la formulación de preguntas abiertas durante las exposiciones para estimular la iniciativa, el hablar en público y el respeto al turno de palabra.

Promoción de la autonomía del estudiante: Se facilita que el alumnado busque información, seleccione recursos técnicos y resuelva supuestos prácticos de forma independiente.

4.4. Tipos de actividades

Las actividades educativas son las tareas que va a realizar el alumnado de forma individual o grupal, tanto dentro como fuera de clase, con una función didáctica, es decir, es la acción y puesta en práctica del proceso de aprendizaje de los estudiantes a partir de las enseñanzas del docente con el fin de lograr los objetivos propuestos por él mismo en el módulo. Estas actividades están recogidas en la PD y será el docente quien establezca el criterio de clasificación y evaluación. Se pueden clasificar las actividades según distintos
tipos expuestos a continuación:

A) Actividades de introducción-motivación: Son aquellas actividades que se realizan al inicio de la UT con la finalidad de descubrir los conocimientos previos del alumnado y con el objetivo de despertar su interés en la materia, motivándolos y despertando su curiosidad con materiales genuinos y originales que representen los contenidos de la unidad. Se lanzan preguntas abiertas, se fomenta el debate y se intenta atraer la atención del estudiante desde el principio.

B) Actividades de desarrollo o productivas: Se realizarán durante el desarrollo de toda la unidad. Hay varios tipos de actividades que se llevarán a cabo, como son:

- **Descubrimiento dirigido:** En el aula y con la ayuda del profesor y el apoyo del libro de “Venta Técnica” de Mc Graw Hill, los estudiantes podrán avanzar en la materia y resolver dudas, así como descubrir otras alternativas a sus respuestas o saberes.

- **Consolidación:** El profesorado avanza con nuevas actividades y conceptos, pero va repitiendo de manera progresiva conceptos ya vistos en clase. De esta manera los estudiantes avanzan en materia, pero consolidando lo ya visto, al haberlo trabajado varias veces.
- **Investigación:** De una manera más creativa, el alumnado podrá realizar un estudio o investigación sobre un tema planteado por el docente de tal manera que su caudal educativo aumentará significativamente debido a todas las fases necesarias para su desarrollo.
- **Elementos transversales:** Dirigidas a trabajar competencias digitales o de fomento a la lectura.
- **Gestión de información:** Actividades dirigidas al acceso a información o recopilación de la misma, tanto de las fuentes como el contraste de las mismas (información veraz, fiable, actualizada, etc).

C) Interdisciplinares: Son aquellas actividades a realizar con el concierto de otros docentes de dos o tres módulos del mismo curso del ciclo formativo, trabajando conceptos parecidos con aplicabilidad práctica y con la finalidad común, aportando una visión más consciente y amplia al estudiante sobre los temas a tratar.

D) Ampliación/Profundización: Se pueden hacer actividades más amplias y específicas a un grupo de alumnos/as o a toda la clase cuando se percibe que conseguido con solvencia los objetivos planteados.

E) Refuerzo: Actividades dirigidas a alumnos/as con problemas de comprensión en determinados conceptos o que no están alcanzando o consolidando los habilidades o capacidad previstas en la UT.

F) De evaluación: Con estas actividades el docente podrá recoger información sobre el progreso del alumno/a, valorarlo y tomar decisiones. Se utilizará la plataforma de Classroom para marcar la fecha límite y para hacer un seguimiento de las entregas.

G) De recuperación: Dirigidas sólo a los estudiantes con calificaciones negativas y que no han superado los criterios de evaluación en el periodo de plazo establecido por el centro.

H) 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 duales 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
UT1. Venta de productos industriales	24 horas	**Primer trimestre**	1. a, b, c, d, e, f
UT2. La venta de servicios y las ofertas comerciales	40 horas (30)Dual	**Segundo trimestre**	2. a, b, c, d, e, f, g,
UT3. La venta de productos tecnológicos	21 horas	**Primer trimestre**	3. a, b, c, d, e, f g, h
UT4. Venta de productos de alta gama	25 horas	**Segundo trimestre**	4. a, b, c, d, e, f, g, h, i
UT5. La comercialización de inmuebles	20 horas	**Primer trimestre**	5. a, b, c, d, e, f, g,
UT6. El proceso de venta de inmuebles	20 horas	**Primer trimestre**	6. a, b, c, d, e, f, g
UT7. Telemarketing	25 horas	**Segundo trimestre**	7. a, b, c, d, e, f, g, h
TOTAL HORAS	175 horas		

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

Dentro del marco legal de la Orden de 18 de septiembre de 2025, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía, se evaluará cada uno de los siguientes resultados de aprendizaje mediante las evidencias descritas en las siguientes tablas, atendiendo a lo siguientes **procedimientos, técnicas e instrumentos de evaluación:**

La evaluación del módulo se llevará a cabo mediante procedimientos, técnicas e instrumentos variados, flexibles, accesibles y adaptados a las características del alumnado, asegurando una valoración continua y global del grado de consecución de los resultados de aprendizaje y de los criterios de evaluación asociados.

Para cada criterio de evaluación se aplicarán distintos instrumentos que permitan observar el progreso competencial del alumnado desde diferentes perspectivas.

Procedimientos de evaluación:

- Observación sistemática del desempeño del alumnado en actividades individuales y grupales.
- Valoración continua de los trabajos, proyectos y tareas realizadas en el aula o en entornos simulados.
- Revisión y análisis de evidencias de aprendizaje (portafolios, informes, presentaciones, productos finales, pruebas prácticas…).
- Autoevaluación y coevaluación como estrategias de reflexión y mejora del propio proceso de aprendizaje.

Técnicas de evaluación:

- Observación directa y registro de actitudes, destrezas y comportamientos.
- Análisis de producciones escritas y digitales.
- Resolución de casos prácticos y situaciones simuladas.
- Entrevistas o tutorías individualizadas para recoger información cualitativa del proceso.

Instrumentos de evaluación:

- Rúbricas específicas para cada resultado de aprendizaje.
- Listas de cotejo (checklists) para el control del progreso.
- Portafolio de evidencias.
- Guía de corrección
- Cuaderno del profesor/a como registro de observaciones y calificaciones parciales.

Estos instrumentos se seleccionarán de forma coherente con las actividades de enseñanza-aprendizaje y permitirán la recogida de información válida y fiable, garantizando la accesibilidad para todo el alumnado y la posibilidad de ajustes metodológicos según sus necesidades.

<table>
<tr><th colspan="5">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 15%</th></tr>
<tr><th>Criterio de evaluación</th><th>Procedimiento</th><th>Técnica</th><th>Instrumento</th><th>Peso 15%</th></tr>
<tr><td rowspan="2">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</td><td>Casos prácticos</td><td>Análisis de producciones</td><td>Rúbrica analítica</td><td>5%</td></tr>
<tr><td>Prueba teórica - Test</td><td>Revisión de la prueba</td><td>Guía de corrección</td><td>10%</td></tr>
</table>

RA2 Confecciona ofertas comerciales de servicios, adaptando los argumentos de ventas a las características específicas del servicio propuesto y a las necesidades de cada cliente. Peso 15% FFEOE				
Criterio de evaluación	**Procedimiento**	**Técnica**	**Instrumento**	**Peso 15%**
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	Observación en el centro de trabajo	Observación directa y valoración desempeño profesional	Rúbrica tutoría laboral/ dual de la empresa	15%

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 20%				
Criterio de evaluación	**Procedimiento**	**Técnica**	**Instrumento**	**Peso 20%**
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	Caso práctico - Reto individual	Análisis de producciones	Rúbrica analítica	20%

tecnológicos como factor estratégico.				

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 16%				
Criterio de evaluación	**Procedimiento**	**Técnica**	**Instrumento**	**Peso 10%**
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.	Prueba teórica - Test	Revisión de la prueba	Guía de corrección	10%
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.	Caso práctico - Reto individual	Análisis de producciones	Rúbrica analítica	6%

RA5 Prepara diferentes acciones promocionales de bienes inmuebles, aplicando técnicas de comunicación adaptadas al sector. Peso 12%				
Criterio de evaluación	**Procedimiento**	**Técnica**	**Instrumento**	**Peso 12%**
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	Caso práctico	Análisis de producciones	Rúbrica analítica	12%

las expectativas y posibilidades económicas del cliente.				

RA6 Desarrolla actividades relacionadas con el proceso de venta de inmuebles, cumplimentando los documentos generados en este tipo de operaciones. Peso 12%				
Criterio de evaluación	**Procedimiento**	**Técnica**	**Instrumento**	**Peso 12%**
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.	Prueba teórica: test y caso práctico	Revisión de la prueba	Guía de corrección	12%

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 10%				
Criterio de evaluación	**Procedimiento**	**Técnica**	**Instrumento**	**Peso 10%**
a) Se han analizado las diversas funciones que cumple esta herramienta de comunicación comercial en la empresa. 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.	Prueba teórica: Test y caso práctico	Revisión de la prueba	Guía de corrección	10%

PROCESO DE EVALUACIÓN EN LOS CICLOS FORMATIVOS DE GRADO D Y E

Todos los módulos de los ciclos formativos se rigen por la Orden de 18 de septiembre de 2025, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

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:

- La superación de cualquier módulo profesional requiere la evaluación positiva de todos los resultados de aprendizaje (RA) que lo componen, sean o no formación en la empresa.En consecuencia, la calificación final del módulo será positiva únicamente cuando el alumno o alumna haya alcanzado de forma satisfactoria todos los RA, conforme a los criterios de evaluación establecidos para cada uno de ellos. Esto incluye también al módulo de proyecto intermodular
- Se necesitará obtener como mínimo una puntuación de **5 puntos, utilizando una evaluación criterial para aprobar cada una de ellas**
- 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.
- 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. Esto incluye el uso de la IA, internet o dispositivos móviles cuando no haya sido aprobado su uso por el docente, este utilizará los instrumentos correspondientes para garantizar que se realizó tal uso indebido.
- Para superar el módulo se han de aprobar todas las pruebas teórico-prácticas.
- 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 contínua: En virtud de lo establecido del artículo 27.5 y 27.6 del Decreto 147/2025, de 17 de septiembre, la evaluación continua de los aprendizajes requerirá la asistencia regular y obligatoria, tanto en el centro docente como en la fase de formación en empresa u organismo equiparado, de al menos el 80 por ciento de la duración total del módulo, ámbito o proyecto, a partir de la fecha en la que el alumnado se haya matriculado, teniendo que superar en junio todos los RA y criterios de evaluación de dicho módulo en el que se ha perdido la evaluación continua.

D) Baja de oficio: De conformidad con lo dispuesto en el artículo 26.5 del Decreto 147/2025, de 17 de septiembre, los centros docentes sostenidos con fondos públicos iniciarán el procedimiento de anulación de oficio de la matrícula en las ofertas formativas de grados D o E si, una vez iniciadas las actividades lectivas y transcurridos cinco días hábiles, se observase la no incorporación o la inasistencia injustificada y reiterada del alumnado a las mismas. Dicho procedimiento podrá incoarse hasta el 15 de noviembre de cada año. Asimismo, a partir del 15 de noviembre podrá procederse igualmente a la anulación de oficio de la matrícula en aquellos casos en que el alumnado acumule un mínimo de cuarenta y cinco días hábiles de inasistencia injustificada en el conjunto de los módulos en que estuviera matriculado.

E) 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 de los módulos profesionales correspondientes además del que consta en 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 la formación en empresa de este módulo es la siguiente, siendo la actividad destinada :

Ítem (describe detalladamente)	CEV	% RA	No se ha realizado	No sabe hacerlo	Sabe hacerlo con ayuda	Sabe hacerlo de manera autónoma	Sabe hacerlo de manera autónoma y es capaz de ayudar a otros
1. El alumnado identifica y prioriza los objetivos económicos y sociales de las ofertas de servicios, analizando estrategias para superar posibles dificultades y favorecer su aceptación por parte de los clientes.	a, c	25 %	☐	☐	☐	☐	☐
3. El alumno/a confecciona y elabora argumentos de ventas en distintos ámbitos.	b, d	25%	☐	☐	☐	☐	☐
4. El alumno/a elabora prupuestas de captación a clientes para servicios y ventas a corto y largo plazo.	e	25%	☐	☐	☐	☐	☐
5. El alumnado realiza encuestas a clientes para conocer su grado de comprensión y aceptación del servicio ofrecido, analizando posteriormente los resultados para medir la efectividad y detectar posibles mejoras.	f,g	25 %	☐	☐	☐	☐	☐

Para llevar a cabo la valoración con esta rúbrica se propone al centro de trabajo que el alumnado elaborará y realizará la presentación de ofertas comerciales de servicios, identificando las necesidades del cliente y adaptando los argumentos de venta a las características del servicio. Además, propondrá acciones para captar y fidelizar clientes a largo plazo y realizará encuestas para conocer su grado de comprensión, aceptación y satisfacción, analizando posteriormente la efectividad de dichas encuestas.

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, si el trabajo es en grupo, 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.

Proceso de evaluación de los RA en formación en empresa

La persona que ejerza la tutoría dual en la empresa registrará la evolución del alumnado respecto a los RA y criterios de evaluación aplicables en el módulo correspondiente. Esta valoración se realizará mediante instrumentos específicos: rúbricas cualitativas como el ejemplo que acabamos de ver.

La información recogida por el tutor de empresa se trasladará al profesor responsable del módulo para integrarla en el procedimiento global de evaluación, complementando la evaluación realizada en el centro educativo.

La calificación final del módulo tendrá en cuenta, de manera parcial y ponderada, la

valoración realizada por el tutor dual de empresa, asegurando que la experiencia práctica forme parte del proceso de calificación.

La coordinación entre tutor de empresa y profesor del centro será continua, mediante informes periódicos, reuniones y diarios de prácticas y asistencia del alumnado.

El responsable último de la calificación numérica recibida en el RA de empresa es el profesor responsable del módulo.

Recuperación de los RA no superados en la fase de formación en empresa

En caso de que algún alumno/a no pueda desarrollar alguno de los resultados de aprendizaje previstos en su plan de formación individual o no los supere en el centro de trabajo (durante la fase de formación en empresa u organismo equiparado), tendrá que desarrollar un proyecto entregable consistente en la elaboración de un argumentario de ventas correctamente estructurado y justificado.

El profesor facilitará el material teórico y las explicaciones necesarias para que pueda desarrollarlo entre las evaluaciones final primera y final segunda (junio) en caso de no haber sido superado dicho RA, siendo el instrumento empleado para evaluarlo una rúbrica, este proyecto tendrá que tener una nota igual o superior al cinco para poder superar el RA vinculado a la fase de formación en empresa, en caso contrario ni el RA ni el módulo finalmente quedarían superados, estando suspenso o suspensa en la segunda evaluación final y definitiva del curso.

Este procedimiento también tendrá lugar si el tutor dual de empresa nos manifiesta en sus rúbricas de evaluación que no se ha desarrollado dicho RA en empresa, en este caso el alumnado no tendrá que esperar al mes de junio para poder desarrollar el proyecto, pudiendo entregarlo antes de la primera evaluación final

Instrumentos de evaluación para alumnado con pérdida de evaluación continua

Para el alumnado que no haya superado la evaluación continua se establecerá un periodo de recuperación individualizado entre la evaluación inicial final primera y segunda, estructurado

en dos semanas, si bien también puede presentarse a la convocatoria antes de la primera evaluación final (entregas y pruebas correspondientes a toda la materia) siempre que lo solicite por adelantado y en tiempo y forma, en caso de no aprobar pasaría a tener otra oportunidad en la segunda evaluación final.

Con respecto al periodo de recuperación individualizado entre la evaluación inicial final primera y segunda:

Cada semana se centrará en temas específicos, incluyendo la realización de ejercicios prácticos y dudas y explicaciones de las entregas de proyectos

Los instrumentos seleccionados permitirán valorar de manera objetiva la adquisición de los RA no alcanzados por la pérdida de la evaluación continua. Entre ellos se incluyen:

- Pruebas escritas y prácticas correspondientes a los temas de cada semana
- Entrega de trabajos o ejercicios desarrollados durante la recuperación, con criterios de corrección previamente definidos
- Rúbricas para la valoración de competencias y procedimientos aplicados en cada actividad y guias de corrección de pruebas teórica-prácticas.
- Cuaderno de seguimiento y registro del progreso del alumnado, anotando resultados, incidencias y observaciones del docente.

La superación del módulo estará condicionada a que el alumnado supere todas las pruebas y entregas de los temas correspondientes a los dos trimestres, incluidos los RA que van a empresa, que anteriormente se ha expuesto cómo se recupera.

Periodo entre las evaluaciones final primera y final segunda

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 o para subir calificaciones, o cómo se ha explicado por la pérdida de evaluación continua. Se desarrollaran:

A) Actividades de refuerzo (recuperación de resultados no alcanzados)

Estas actividades estarán dirigidas al alumnado que no haya alcanzado de forma satisfactoria

alguno de los **c**riterios de evaluación o resultados de aprendizaje (RA) en la evaluación final primera.
Su objetivo es reconducir el proceso de aprendizaje, atendiendo a las dificultades detectadas durante la evaluación continua.

Características:

- Individualizadas o en pequeños grupos, según las necesidades detectadas
- Enfocadas en los RA no superados, con tareas específicas de aplicación práctica.
- Utilización de ejercicios de consolidación
- La superación de estos RA pendientes permitirá la superación del módulo o en caso de no superarse de cara a la segunda evaluación final y definitiva, el alumno/a no superará de manera definitiva el módulo profesional

Ejemplos de actividades de refuerzo:

- Ejercicios prácticos de aplicación de contenidos básicos
- Revisión guiada de errores cometidos en pruebas o tareas anteriores
- Tutorías individualizadas para reforzar competencias específicas
- Actividades en aula virtual

La asistencia en junio a clase para las actividades de refuerzo es obligatoria.

B) Actividades de mejora o ampliación (subir nota o profundizar)

Estas actividades se ofrecen al alumnado que haya alcanzado los resultados de aprendizaje, pero desee **mejorar su calificación**

Características:

- De carácter **voluntario**
- Pueden contribuir a **incrementar la calificación final del módulo**, siempre que se evidencie un nivel de logro superior a los mínimos exigidos.

Ejemplos de actividades de mejora:

- Elaboración de un proyecto complementario o mejora de uno existente
- Desarrollo de una propuesta creativa, campaña o simulación avanzada
- Investigación o análisis de casos reales de empresas del sector

La asistencia del alumnado para subir nota es solo puntual, no todo el mes de junio, por el tiempo necesario para poder demostrar la subida de nota en los RA que previamente le haya comunicado el profesor, deben solicitar por escrito su deseo de subir nota en el módulo profesional.

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

Para este módulo, el grupo-aula consta de 15 alumnos/as, de los cuales tres están repitiendo una y/o dos asignaturas de primer curso de Actividades Comerciales. De esas tres alumnas, una de ellas es alumna de 1º de ACO, pero ha ampliado módulos de 2º curso y tiene la recomendación de presentar un informe para poder tomar medidas NEAE ya que presenta dificultades para seguir explicaciones, realizar actividades o para exponer trabajos.

Mientras tanto, se mantendrá una observación directa, se dará apoyo para la resolución de dudas y posibles dificultades que le puedan surgir.

El resto de estudiantes no presentan ningún tipo de necesidades específicas de apoyo educativo.

7.- Transversalidad.

En el desarrollo de esta PD, se fomentará la educación en valores o elementos trasversales orientados a preparar al alumnado para su incorporación al mundo laboral y a la vida activa, fomentando valores y comportamientos esenciales en el desempeño profesional. Siguiendo lo establecido por la LOE en sus artículos 1 y 2, se pretende seguir los objetivos de este módulo relacionado con la educación en valores en los siguientes ejes:

- Educación para la Prevención de Riesgos Laborales (EPRL): Concienciar al alumnado sobre la importancia de la prevención de riesgos laborales como elemento clave para la seguridad y la salud en el entorno profesional, adoptando medidas preventivas.

- Educación para un Consumo Responsable (ECR): Concienciar sobre las consecuencias sociales, económicas y ambientales de los hábitos de consumo masivo y evitar conductas de consumo impulsivo o perjudicial para el entorno y la salud; así como valorar la importancia de un consumo ético, sostenible y responsable en la vida personal y profesional.

- Educación en Hábitos de Lectura y de Mejora en la Expresión Oral y Escrita (EHL): Potenciar el hábito lector para el desarrollo personal y profesional en contextos orales y escritos y mejorar la expresión oral y escrita mediante el uso adecuado del lenguaje técnico y académico.

- Educación para un Uso Responsable de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC): Sensibilizar sobre la importancia del uso responsable, seguro y ético de las tecnologías digitales, evitando prácticas inadecuadas relacionadas con la privacidad y desinformación y valorar las TIC como herramientas de aprendizaje, comunicación y desarrollo profesional.

- Educación para el Desarrollo del Crecimiento Sostenible (20/30) (ECS): Concienciar sobre la necesidad de proteger el medio ambiente y promover el desarrollo sostenible en el ámbito personal, social y profesional y contribuir activamente a la reducción del impacto ambiental mediante prácticas responsables y sostenibles en el entorno educativo y laboral.
- Educación para la igualdad de Oportunidades (EIO): Promover la igualdad efectiva entre hombres y mujeres en todos los ámbitos personales y profesionales y rechazar cualquier forma de discriminación por razón de género, origen, orientación o condición.

- Educación para el Fomento del Emprendimiento (EFE): Potenciar la iniciativa personal, la creatividad y el espíritu emprendedor del alumnado y valorar el emprendimiento como una alternativa de desarrollo profesional y generación de empleo.

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:

- Se ha recomendado seguir el libro de “Venta Técnica” de McGraw Hill como apoyo para las explicaciones de clase, las presentaciones realizadas por el docente

y la resolución de las actividades propuestas.

- Cuaderno de clase (portfolio): los alumnos deberán reflejar en él todas las actividades que se realicen en clase y en casa, de forma ordenada y limpia para la revisión del docente. De esta manera se fomenta los hábitos de escritura y lectura y sirve como apoyo de estudio.
- Recursos impresos: complementarán el trabajo diario de clase. Algunos de estos materiales son: libros, prensa, catálogos, tickets, fotocopias. Podemos señalar el materia de apoyo complementario en PDF subidos a la plataforma como una guía para el trabajo diario de clase, sin perder de vista la base de la programación.
- Encerado y pizarra digital: 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.
- 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: apoyos gráficos, vídeos, páginas web, blogs,…
- 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.

9.- Actividades complementarias y extraescolares.

A lo largo del curso se realizarán actividades tanto complementarias como extraescolares relacionadas con la materia del módulo de Venta Técnica.
Se contempla organizar distintas videoconferencias y charlas de profesionales que puedan aportar su visión y experiencia para ilustrar al alumnado con conocimientos útiles para afrontar su etapa laboral próxima.

Se llevarán a cabo, además salidas a ferias y convenciones relacionadas con los sectores que se estudiarán a lo largo del curso en el módulo.

En la siguiente tabla se recogen algunas de las planteadas al comienzo del curso:

Actividad	Temporización	Lugar	Descripción
SIMED salón inmobiliario	12 noviembre	Palacio de Congresos de Málaga	Permite observar cómo se presentan viviendas y cómo se segmenta al

			comprador y qué argumentos se utilizan. Relacionado con RA5 y RA6
Charla informativa del sector inmobiliario	20 noviembre	Aula de Procesos Comerciales	Charla con una profesional del sector inmobiliario
Salón de Innovación en Hostelería	8 febrero	Palacio de Congresos de Málaga	Permite al alumnado observar distintas formas de venta entre empresas y uso de técnicas comerciales
Transfiere	10 marzo	Palacio de Congresos de Málaga	Proyectos de investigación e innovación entre empresas
Promálaga	Todo el año		Red municipal de incubadoras de empresas de la zona.

10.- Aportación del módulo al proyecto intermodular

A la hora de desarrollar el proyecto intermodular en este segundo curso de Actividades Comerciales, se propone desde el módulo de Venta Técnica, que se trabaje el siguiente Resultado de Aprendizaje, para poder así, contribuir al desarrollo de este proyecto.

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).

De esta manera, el alumnado será capaz de poder elaborar un argumentario de ventas adaptado a un producto o servicio industrial y, de igual manera, a desarrollar la capacidad crítica de, si el caso contrario a la posición de venta, es decir, estar en la posición del comprador de productos o servicios industriales, de objetar y recabar información práctica y objetiva de lo que realmente es necesario para su proyecto empresarial.

Programación didáctica

Módulo	**Itinerario personal para la empleabilidad II (Código 1710)**
Ciclo	**CFGM Actividades comerciales**
Curso	**Segundo**
Familia	**Comercio y marketing**
Profesor/a	**Rocío Trujillo Contreras**
Curso	**2026/2027**

IES Huerta Alta

Unión Europea
Fondo Social Europeo
"El FSE invierte en tu futuro"
JUNTA DE ANDALUCIA
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.

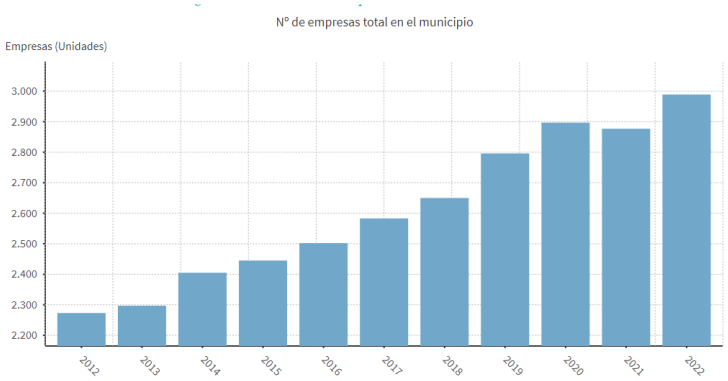
Con respecto al mercado de trabajo el desempleo es de 2.137 mujeres frente a 1.160 hombres, no siendo uno de

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.

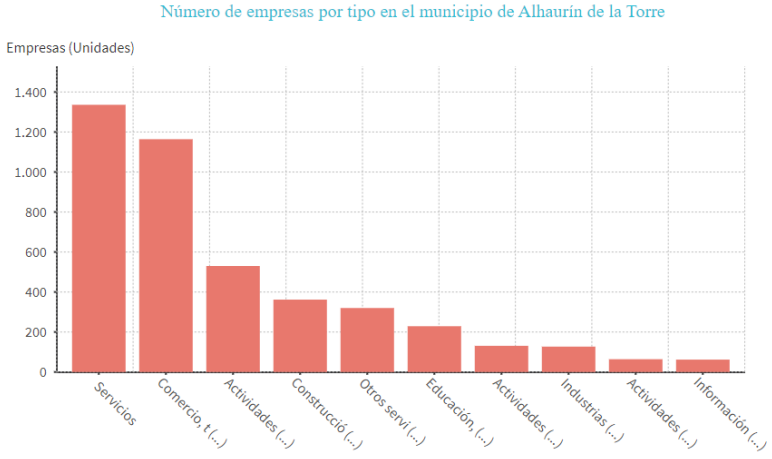
La renta bruta media del municipio ha experimentado crecimientos constantes en los últimos años de manera paralela al crecimiento de la población, siendo la mayor de la comarca del Guadalhorce.

El nivel educativo refleja bajo analafabetismo solo 390 personas según el IAE, y siendo el mayor porcentaje el de personas que tienen la enseñanza secundaría 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 24 de julio de 2026 de la Dirección General de Formación Profesional y Educación Permanente por la que se dictan Instrucciones para determinar aspectos relativos a la distribución horaria y a la concreción curricular de las enseñanzas correspondientes a los grados D y E del sistema de Formación Profesional para el curso escolar 2026/2027 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. Ley 17/2007, de 10 de diciembre, de Educación 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
12. Decreto 147/2025, de 17 de septiembre de 2025, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas de los Grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía
13. Orden de 18 de septiembre de 2025, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía
14. Orden de 26 de septiembre de 2025, por la que se regula la fase de formación en empresa u organismo equiparado de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional de la Comunidad Autónoma de Andalucía.
15. Instrucciones de 20 de mayo de 2026 de la Dirección General de Formación Profesional y Educación Permanente, por la que se establecen aspectos relativos a la evaluación final del alumnado de las enseñanzas de los grados d y e del sistema de formación profesional para el curso 2025/2026 en los centros docentes de la comunidad autónoma de andalucía.

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. Planifica y pone en marcha estrategias en los diferentes procesos selectivos de empleo que le permiten mejorar sus posibilidades de inserción laboral	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	**CONTENIDOS**
a) Se han determinado las técnicas utilizadas actualmente en el sector para el proceso de selección de personal. b) Se han desarrollado estrategias para la búsqueda de empleo relacionadas con las técnicas actuales más utilizadas contextualizadas al sector. c) Se han valorado las actitudes y aptitudes que permiten superar procesos selectivos en el sector privado y en el sector público. d) Se ha construido una marca personal identificando las necesidades del mercado actual, sus habilidades, destrezas y su aporte de valor.	-Identificación de fortalezas y habilidades en el mercado: Autoanálisis y valor diferencial Actitudes y aptitudes para el éxito laboral. -Elaboración del CV: ¿Qué es un CV y cómo se redacta? Tipos de CV Oportunidades de empleo en Europa. Pasaporte europeo de competencias Europass. -Tu marca personal. Construcción de una propuesta de valor. Gestión de la identidad digital y protección de datos personales. Del CV a la creación de marca personal. Difusión de la marca personal. -Estrategias de búsqueda de empleo. -Técnicas de selección de personal. -Estrategias para la superación de un proceso selectivo.

RA 2: Aplica estrategias relacionadas con las competencias personales, sociales y emocionales para el empleo en búsqueda de la mejora de su empleabilidad	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	**CONTENIDOS**
a) a) Se ha valorado la importancia de las competencias personales y sociales en la empleabilidad en el sector de referencia. b) b) Se ha participado activamente en el establecimiento de los objetivos del equipo y en la toma de decisiones del mismo y asumido la responsabilidad de las acciones y decisiones del grupo, participando activamente en el logro de unos objetivos compartidos cooperando con otras personas y compartiendo el liderazgo. c) c) Se han incorporado al propio proceso de aprendizaje las técnicas y recursos de presentación d) y comunicación, tanto orales como escritos, adecuados para una comunicación efectiva y afectiva siendo capaz de adaptarlos a cada situación y circunstancias, valorando las oportunidades y dificultades que ofrece cada una de ellas. e) d) Se han aplicado técnicas y estrategias para la gestión del tiempo disponible para alcanzar los f) objetivos tanto individuales como del equipo y programado las actividades necesarias e) Se han aplicado estrategias para canalizar las emociones mostrando una actitud flexible en las relaciones con otras personas. f) Se han desarrollado estrategias para la programación de actividades atendiendo a criterios de organización eficiente y previendo las posibles dificultades.	-Habilidades personales y emocionales. Importancia de las competencias personales en el sector de referencia. Cómo medir las competencias. -Gestión del tiempo y programación de tareas. -Organización de tareas. -Habilidades sociales, su importancia en el trabajo. Técnicas para la comunicación asertiva, flexible, oral y escrita. -Construcción y desarrollo de un equipo de trabajo. Herramientas de trabajo colaborativo en un entorno VUCA. -Liderazgo y cooperación en equipos para alcanzar objetivos compartidos. -Inteligencia emocional aplicada a gestión de conflictos.

g) Se ha reaccionado de forma flexible y positiva ante conflictos y situaciones nuevas, aprovechando las oportunidades y gestionando las dificultades haciendo uso de estrategias relacionadas con la inteligencia emocional	

RA: 3. Pone en práctica las habilidades emprendedoras necesarias para el desarrollo de procesos de innovación e investigación aplicadas que promuevan la modernización del sector productivo hacia un modelo sostenible.	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	**CONTENIDOS**
a) Se ha identificado el concepto de innovación y su relación con la construcción de una sociedad más sostenible que mejore en el bienestar de los individuos. b) Se han analizado las distintas metodologías para emprender y su importancia para favorecer la innovación y como fuente de creación de empleo y bienestar social. c) Se han aplicado las habilidades emprendedoras necesarias para promover el emprendimiento y el intraemprendimiento. d) Se ha puesto en práctica el trabajo colaborativo como requisito para el desarrollo de procesos de innovación. e) Se ha desarrollado la competencia digital necesaria para la mejora de los procesos de innovación e investigación aplicadas que promuevan la modernización del sector productivo. f) Se han incorporado los objetivos de las políticas e iniciativas relacionadas con la sostenibilidad y el medio ambiente a la estrategia empresarial enfocada al desarrollo de un modelo económico y social sostenible.	-Habilidades emprendedoras. Emprendimiento e intraemprendimiento. Metodologías para emprender. Trabajo colaborativo en proyectos de innovación. -Emprendimiento con base tecnológica. Modernización del sector productivo. -Innovación para la sostenibilidad. Sostenibilidad y medioambiente en la estrategia empresarial.

RA: 4. Identifica, define y valida ideas de emprendimiento generadoras de nuevas oportunidades a partir de estrategias de análisis del entorno socio productivo utilizando metodologías ágiles para el emprendimiento.	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	**CONTENIDOS**
a) Se han identificado los problemas de las personas destinatarias potenciales del proyecto emprendedor como paso previo a la propuesta de soluciones que se conviertan en oportunidades. b) Se ha puesto en práctica el proceso creativo con el fin de conseguir una idea emprendedora que aporte valor económico, social y/o cultural. c) Se ha diseñado un modelo de negocio y/o gestión derivado de la idea emprendedora. d) Se han incorporado valores éticos y sociales a la idea emprendedora analizando modelos de balance social. e) Se ha analizado la contribución de la Economía Circular y la Economía del Bien Común al desarrollo de un modelo económico y social basado en la equidad, la justicia social y la sostenibilidad. f) Se han analizado los principales componentes del entorno general y específico, y su impacto en la idea emprendedora. g) Se han realizado entrevistas de problema para validar el perfil y el problema de las personas destinatarias de la idea emprendedora. h) Se ha validado la solución mediante la creación de prototipos buscando el encaje problema-solución. i) Se ha experimentado con la puesta en práctica de estrategias de marketing para desarrollar destrezas en técnicas de comunicación y venta.	-Creación, medición y aprendizaje sobre el modelo de negocio. Lean Startup. -Identificación del público objetivo. Entrevistas de problema, grupos de observación. -Creación de un modelo de negocio: definir e idear. Entorno general y específico, propiedad intelectual e industrial. -Economía circular en el proyecto emprendedor. -Puesta en marcha de estrategias de marketing.

RA: 5. Desarrolla un proyecto emprendedor de innovación social y/o tecnológica aplicada en colaboración con el entorno.	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	**CONTENIDOS**
a) Se han analizado los conceptos básicos del emprendimiento y la innovación social. b) Se ha reflexionado sobre la necesidad del liderazgo ético y sostenible en las organizaciones. c) Se ha reflexionado sobre la tecnología como base para el cambio del modelo productivo. d) Se han puesto en marcha las estrategias propias del pensamiento de diseño para detectar necesidades sociales y medioambientales. e) Se han analizado los elementos del diseño de modelos de negocio ecosociales y/o de base tecnológica. f) Se han alineado metas de desarrollo sostenible con el diseño de modelos de negocio ecosociales y/o de base tecnológica. g) Se han aplicado las estrategias necesarias para analizar la viabilidad del proyecto emprendedor. h) Se han investigado las opciones financieras socialmente responsables. i) Se han definido los agentes implicados en el proyecto, así como su participación en el mismo.	-Innovación para la sostenibilidad. Sostenibilidad y medioambiente en la estrategia empresarial. -Emprendimiento tecnológico, espíritu emprendedor para la innovación. Liderazgo ético y sostenible en el emprendimiento. Transformación digital. -Estrategias de diseño para un futuro sostenible. Uso del design thinking para detectar necesidades sociales y ambientales. Modelos de negocio ecosociales o con base tecnológica. -Viabilidad de un proyecto con impacto. Análisis de viabilidad y análisis financiero del proyecto. Exploración de opciones de financiación socialmente responsables. Documentación clave startup. -Trámites para poner en marcha la estrategia emprendedora. Vías de asesoramiento y gestión administrativa. Formas jurídicas y trámites administrativos. Obligaciones fiscales. Documentación básica comercial.

Temporalización de los Resultados de Aprendizaje.

RESULTADO DE APRENDIZAJE	1T	2T	2T-Eval final
1. Planifica y pone en marcha estrategias en los diferentes procesos selectivos de empleo que le permiten mejorar sus posibilidades de inserción laboral.	X		
2. Aplica estrategias relacionadas con las competencias personales, sociales y emocionales para el empleo en búsqueda de la mejora de su empleabilidad.	X		
3. Pone en práctica las habilidades emprendedoras necesarias para el desarrollo de procesos de innovación e investigación aplicadas que promuevan la modernización del sector productivo hacia un modelo sostenible			X RA a empresa
4. Identifica, define y valida ideas de emprendimiento generadoras de nuevas oportunidades a partir de estrategias de análisis del entorno socio productivo utilizando metodologías ágiles para el emprendimiento		X	
5. Desarrolla un proyecto emprendedor de innovación social y/o tecnológica aplicada en colaboración con el entorno		X	

4.- Metodología.

Orientaciones pedagógicas:

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. 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 duales 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. COMPETENCIAS PERSONALES Y PROFESIONALES PARA MEJORAR Y POTENCIAR LA EMPLEABILIDAD.	20 horas	**PRIMER TRIMESTRE**	2. a, b, c, d, e, f, g
UD 2 MARCA PERSONAL: TU PASAPORTE AL FUTURO PROFESIONAL. (DESAFÍO INSERCIÓN LABORAL).	20 horas	**PRIMER TRIMESTRE**	1. a, b, c, d
UD 3. PUESTA EN PRÁCTICA HABILIDADES EMPRENDEDORAS.	25 horas Duales	**2º TRIMESTRE -EVAL FINAL 1**	3. a, b, c, d, e, f,
UD 4. CONSTRUYE TU MODELO DE NEGOCIO: DE LA IDEA AL	20 horas	**SEGUNDO TRIMESTRE**	4. a, b, c, d, e, f, g, h, i

PROYECTO.			
UD 5. VALIDACIÓN, IMPACTO Y PUESTA EN MARCHA DEL PROYECTO.	20 horas	**SEGUNDO TRIMESTRE**	5. a, b, c, d, e, f, g, h, i
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 (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 18 de septiembre de 2025, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía, se evaluará cada uno de los siguientes resultados de aprendizaje mediante las evidencias descritas en las siguientes tablas, atendiendo a lo siguientes **procedimientos, técnicas e instrumentos de evaluación:** La evaluación del módulo se llevará a cabo mediante procedimientos, técnicas e instrumentos variados, flexibles, accesibles y adaptados a las características del alumnado, asegurando una valoración continua y global del grado de consecución de los resultados de aprendizaje y de los criterios de evaluación asociados.

Para cada criterio de evaluación se aplicarán distintos instrumentos que permitan observar el progreso competencial del alumnado desde diferentes perspectivas.

Procedimientos de evaluación:

- Observación sistemática del desempeño del alumnado en actividades individuales y grupales.
- Valoración continua de los trabajos, proyectos y tareas realizadas en el aula o en entornos simulados.
- Revisión y análisis de evidencias de aprendizaje (portafolios, informes, presentaciones, productos finales, pruebas prácticas…).
- Autoevaluación y coevaluación como estrategias de reflexión y mejora del propio proceso de aprendizaje.

Técnicas de evaluación:

- Observación directa y registro de actitudes, destrezas y comportamientos.
- Análisis de producciones escritas y digitales.
- Resolución de casos prácticos y situaciones simuladas.
- Entrevistas o tutorías individualizadas para recoger información cualitativa del proceso.

Instrumentos de evaluación:

- Rúbricas específicas para cada resultado de aprendizaje.
- Listas de cotejo (checklists) para el control del progreso.
- Portafolio de evidencias.
- Guía de corrección
- Cuaderno del profesor/a como registro de observaciones y calificaciones parciales.

Estos instrumentos se seleccionarán de forma coherente con las actividades de enseñanza-aprendizaje y permitirán la recogida de información válida y fiable, garantizando la accesibilidad para todo el alumnado y la posibilidad de ajustes metodológicos según sus necesidades.

Los Resultados de Aprendizaje tendrán un peso distinto, y dentro de cada RA, los criterios de evaluación tienen el mismo peso.

<table>
<tr><th colspan="5">RA 1: Planifica y pone en marcha estrategias en los diferentes procesos selectivos de empleo que le permiten mejorar sus posibilidades de inserción laboral.</th></tr>
<tr><th>Criterio de evaluación</th><th>Procedimiento</th><th>Técnica</th><th>Instrumento</th><th>Peso 25%</th></tr>
<tr><td>a) Se han determinado las técnicas utilizadas actualmente en el sector para el proceso de selección de personal</td><td rowspan="3">Revisión evidencias

Observación sistemática

Valoración del trabajo de aula</td><td rowspan="3">Entrega portafolio

Presentación - exposición oral

Observación directa</td><td rowspan="3">Rúbrica</td><td rowspan="3"></td></tr>
<tr><td>b) Se han desarrollado estrategias para la búsqueda de empleo relacionadas con las técnicas actuales más utilizadas contextualizadas al sector.</td></tr>
<tr><td>c) Se han valorado las actitudes y</td></tr>
</table>

aptitudes que permiten superar procesos selectivos en el sector privado y en el sector público.				
d) Se ha construido una marca personal identificando las necesidades del mercado actual, sus habilidades, destrezas y su aporte de valor.				

RA 2: Aplica estrategias relacionadas con las competencias personales, sociales y emocionales para el empleo en búsqueda de la mejora de su empleabilidad.				
Criterio de evaluación	**Procedimiento**	**Técnica**	**Instrumento**	**Peso 25%**
a) Se ha valorado la importancia de las competencias personales y sociales en la empleabilidad en el sector de referencia.	Observación sistemática Valoración del trabajo de aula Revisión casos	Entrega portafolio Presentación - exposición oral Observación directa Casos prácticos	Rúbrica Guía de corrección caso práctico y	
b) Se ha participado activamente en el establecimiento de los				

objetivos del equipo y en la toma de decisiones del mismo y asumido la responsabilidad de las acciones y decisiones del grupo, participando activamente en el logro de unos objetivos compartidos cooperando con otras personas y compartiendo el liderazgo.	prácticos y prueba práctica	Prueba objetiva	prueba objetiva	
c) Se han incorporado al propio proceso de aprendizaje las técnicas y recursos de presentación y comunicación, tanto orales como escritos, adecuados para una comunicación efectiva y afectiva siendo capaz de adaptarlos a cada situación y circunstancias, valorando las oportunidades y dificultades que ofrece cada una de ellas				
d) Se han aplicado técnicas y estrategias para la				

gestión del tiempo disponible para alcanzar los objetivos tanto individuales como del equipo y programado las actividades necesarias.				
e) Se han aplicado estrategias para canalizar las emociones mostrando una actitud flexible en las relaciones con otras personas.				
f) Se han desarrollado estrategias para la programación de actividades atendiendo a criterios de organización eficiente y previendo las posibles dificultades				
g) Se ha reaccionado de forma flexible y positiva ante conflictos y situaciones nuevas, aprovechando las oportunidades y gestionando las dificultades haciendo uso				

de estrategias relacionadas con la inteligencia emocional.				

RA 3: Pone en práctica las habilidades emprendedoras necesarias para el desarrollo de procesos de innovación e investigación aplicadas que promuevan la modernización del sector productivo hacia un modelo sostenible. (RA dualizado, va a la empresa)				
Criterio de evaluación	**Procedimiento**	**Técnica**	**Instrumento**	**Peso 10%**
a) Se ha identificado el concepto de innovación y su relación con la construcción de una sociedad más sostenible que mejore en el bienestar de los individuos. b) Se han analizado las distintas metodologías para emprender y su importancia para favorecer la innovación y como fuente de creación de empleo y bienestar social.	Observación sistemática en centro de trabajo y reuniones con tutores duales de empresa.	Análisis de producciones Observación directa Entrevistas con tutores o alumnos	Rúbrica tutor dual de empresa	

c) Se han aplicado las habilidades emprendedoras necesarias para promover el emprendimiento y el intraemprendimiento.				
d) Se ha puesto en práctica el trabajo colaborativo como requisito para el desarrollo de procesos de innovación.				
e) Se ha desarrollado la competencia digital necesaria para la mejora de los procesos de innovación e investigación aplicadas que promuevan la modernización del sector productivo				
f) Se han incorporado los objetivos de las políticas e iniciativas relacionadas con la sostenibilidad y el medio ambiente a la estrategia empresarial enfocada al desarrollo de un modelo económico y social				

sostenible				

RA 4: Identifica, define y valida ideas de emprendimiento generadoras de nuevas oportunidades a partir de estrategias de análisis del entorno socio productivo utilizando metodologías ágiles para el emprendimiento.				
Criterio de evaluación	**Procedimiento**	**Técnica**	**Instrumento**	**Peso 20%**
a) Se han identificado los problemas de las personas destinatarias potenciales del proyecto emprendedor como paso previo a la propuesta de soluciones que se conviertan en oportunidades	Observación sistemática Valoración del trabajo de aula Revisión casos prácticos y prueba práctica	Entrega portafolio Presentación - exposición oral Observación directa Casos prácticos Prueba objetiva	Rúbrica Guía de corrección caso práctico y prueba objetiva	
b) Se ha puesto en práctica el proceso creativo con el fin de conseguir una idea emprendedora que aporte valor económico, social y/o cultural.				

c) Se ha diseñado un modelo de negocio y/o gestión derivado de la idea emprendedora.				
d) Se han incorporado valores éticos y sociales a la idea emprendedora analizando modelos de balance social.				
e) Se ha analizado la contribución de la Economía Circular y la Economía del Bien Común al desarrollo de un modelo económico y social basado en la equidad, la justicia social y la sostenibilidad.				
f) Se han analizado los principales componentes del entorno general y específico, y su impacto en la idea emprendedora.				
g) Se han realizado entrevistas de problema para validar el perfil y el problema de las personas destinatarias de la idea emprendedora.				
h) Se ha validado la solución				

mediante la creación de prototipos buscando el encaje problema-solución.				
i) Se ha experimentado con la puesta en práctica de estrategias de marketing para desarrollar destrezas en técnicas de comunicación y venta.				

RA 5: Desarrolla un proyecto emprendedor de innovación social y/o tecnológica aplicada en colaboración con el entorno				
Criterio de evaluación	**Procedimiento**	**Técnica**	**Instrumento**	**Peso 20%**

a) Se han analizado los conceptos básicos del emprendimiento y la innovación social.	Observación sistemática Valoración del trabajo de aula Revisión casos prácticos y prueba práctica	Entrega portafolio Presentación - exposición oral Observación directa Casos prácticos Prueba objetiva	Rúbrica Guía de corrección caso práctico y prueba	
b)Se ha reflexionado sobre la necesidad del liderazgo ético y sostenible en las organizaciones.				
c) Se ha reflexionado sobre la tecnología como base para el cambio del modelo productivo				
d) Se han puesto en marcha las estrategias propias del pensamiento de diseño para detectar necesidades sociales y medioambientales				
e) Se han analizado los elementos del diseño de modelos de negocio ecosociales y/o de base tecnológica.				
f) Se han alineado metas de desarrollo sostenible con el diseño de modelos de negocio ecosociales y/o de				

base tecnológica.				
g) Se han aplicado las estrategias necesarias para analizar la viabilidad del proyecto emprendedor				
h) Se han investigado las opciones financieras socialmente responsables.				
i) Se han definido los agentes implicados en el proyecto, así como su participación en el mismo.				

PROCESO DE EVALUACIÓN EN LOS CICLOS FORMATIVOS DE GRADO D Y E

Todos los módulos de los ciclos formativos se rigen por la Orden de 18 de septiembre de 2025, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

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:

- La superación de cualquier módulo profesional requiere la evaluación positiva de todos los resultados de aprendizaje (RA) que lo componen, sean o no formación en la empresa.En consecuencia, la calificación final del módulo será positiva únicamente cuando el alumno o alumna haya alcanzado de forma satisfactoria todos los RA, conforme a los criterios de evaluación establecidos para cada uno de ellos. Esto incluye también al módulo de proyecto intermodular
- Se necesitará obtener como mínimo una puntuación de **5 puntos, utilizando una evaluación criterial para aprobar cada una de ellas**
- 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.

- 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. Esto incluye el uso de la IA, internet o dispositivos móviles cuando no haya sido aprobado su uso por el docente, este utilizará los instrumentos correspondientes para garantizar que se realizó tal uso indebido.
- Para superar el módulo se han de aprobar todas las pruebas teórico-prácticas.
- 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 contínua: En virtud de lo establecido del artículo 27.5 y 27.6 del Decreto 147/2025, de 17 de septiembre, la evaluación continua de los aprendizajes requerirá la asistencia regular y obligatoria, tanto en el centro docente como en la fase de formación en empresa u organismo equiparado, de al menos el 80 por ciento de la duración total del módulo, ámbito o proyecto, a partir de la fecha en la que el alumnado se haya matriculado, teniendo que superar en junio todos los RA y criterios de evaluación de dicho módulo en el que se ha perdido la evaluación continua.

D) Baja de oficio: De conformidad con lo dispuesto en el artículo 26.5 del Decreto 147/2025, de 17 de septiembre, los centros docentes sostenidos con fondos públicos iniciarán el procedimiento de anulación de oficio de la matrícula en las ofertas formativas de grados D o E si, una vez iniciadas las actividades lectivas y transcurridos cinco días hábiles, se observase la no incorporación o la inasistencia injustificada y reiterada del alumnado a las mismas. Dicho procedimiento podrá incoarse hasta el 15 de noviembre de cada año. Asimismo, a partir del 15 de noviembre podrá procederse igualmente a la anulación de oficio de la matrícula en aquellos casos en que el alumnado acumule un mínimo de cuarenta y cinco días hábiles de inasistencia injustificada en el conjunto de los módulos en que estuviera matriculado.

E) 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 de los módulos profesionales correspondientes además del que consta en 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 la formación en empresa de este módulo es la siguiente, siendo la actividad destinada :

Ítem (describe detalladamente)	CEV	% RA	No se ha realizado	No sabe hacerlo	Sabe hacerlo con ayuda	Sabe hacerlo de manera autónoma	Sabe hacerlo de manera autónoma y es capaz de ayudar a otros
1. El alumno/a analiza su entorno de trabajo y detecta procesos, rutinas o recursos que podrían mejorarse.	a,b	30	☐	☐	☐	☐	☐
2.El alumnado redacta una propuesta de mejora o innovación, explicando el problema que ha detectado, la solución que propone, sus beneficios y aplicación dentro de la empresa.	c,e	30	☐	☐	☐	☐	☐
3. Presenta su propuesta al tutor/a de la empresa , solicitando su opinión y validación. Si es viable llevarla a cabo, la llevará, si no lo fuese, deberá simularla y crear hipótesis.	d,f	30	☐	☐	☐	☐	☐
4. Elaboración de una memoria reflexiva donde describirá el proceso seguido y sus resultados y las competencias desarrolladas.	a,c	10	☐	☐	☐	☐	☐

Para llevar a cabo la valoración con esta rúbrica se propone al centro de trabajo que el alumno/a realice como actividad formativa un informe donde identifique una necesidad o área de mejora en su entorno de prácticas, desarrolle una propuesta de innovación explicando el problema, la solución y los beneficios esperados,

presenta la propuesta al tutor/a de la empresa para su validación, la implementa o simula según la viabilidad, y finalmente elabora una memoria reflexiva donde documenta todo el proceso, los resultados obtenidos y las competencias desarrolladas.

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.

Proceso de evaluación de los RA en formación en empresa

La persona que ejerza la tutoría dual en la empresa registrará la evolución del alumnado respecto a los RA y criterios de evaluación aplicables en el módulo correspondiente. Esta valoración se realizará mediante instrumentos específicos: rúbricas cualitativas como el ejemplo que acabamos de ver.

La información recogida por el tutor de empresa se trasladará al profesor responsable del módulo para integrarla en el procedimiento global de evaluación, complementando la evaluación realizada en el centro educativo.

La calificación final del módulo tendrá en cuenta, de manera parcial y ponderada, la valoración realizada por el tutor dual de empresa, asegurando que la experiencia práctica forme parte del proceso de calificación.

La coordinación entre tutor de empresa y profesor del centro será continua, mediante informes periódicos, reuniones y diarios de prácticas y asistencia del alumnado.

El responsable último de la calificación numérica recibida en el RA de empresa es el profesor responsable del módulo.

Recuperación de los RA no superados en la fase de formación en empresa

En caso de que algún alumno/a no pueda desarrollar alguno de los resultados de aprendizaje previstos en su plan de formación individual o no los supere en el centro de trabajo (durante la fase de formación en empresa u organismo equiparado), tendrá que desarrollar un proyecto entregable consistente en la elaboración de un informe donde identifique una necesidad o área de mejora de un entorno concreto, desarrolle una propuesta de innovación explicando el problema, la solución y los beneficios esperados, la simula, y finalmente elabora una memoria reflexiva donde documenta todo el proceso, los resultados obtenidos y las competencias desarrolladas.

El profesor facilitará el material teórico y las explicaciones necesarias para que pueda desarrollarlo entre las evaluaciones final primera y final segunda (junio) en caso de no haber sido superado dicho RA, siendo el instrumento empleado para evaluarlo una rúbrica, este proyecto tendrá que tener una nota igual o superior al cinco para poder superar el RA vinculado a la fase de formación en empresa, en caso contrario ni el RA ni el módulo finalmente quedarían superados, estando suspenso o suspensa en la segunda evaluación final y definitiva del curso.

Este procedimiento también tendrá lugar si el tutor dual de empresa nos manifiesta en sus rúbricas de evaluación que no se ha desarrollado dicho RA en empresa, en este caso el alumnado no tendrá que esperar al mes de junio para poder desarrollar el proyecto, pudiendo entregarlo antes de la primera evaluación final.

Instrumentos de evaluación para alumnado con pérdida de evaluación continua

Para el alumnado que no haya superado la evaluación continua se establecerá un periodo de recuperación individualizado entre la evaluación inicial final primera y segunda, estructurado en dos semanas, si bien también puede presentarse a la convocatoria antes de la primera evaluación final (entregas y pruebas

correspondientes a toda la materia) siempre que lo solicite por adelantado y en tiempo y forma, en caso de no aprobar pasaría a tener otra oportunidad en la segunda evaluación final.

Con respecto al periodo de recuperación individualizado entre la evaluación inicial final primera y segunda:

Cada semana se centrará en temas específicos, incluyendo la realización de ejercicios prácticos y dudas y explicaciones de las entregas de proyectos

Los instrumentos seleccionados permitirán valorar de manera objetiva la adquisición de los RA no alcanzados por la pérdida de la evaluación continua. Entre ellos se incluyen:

- Pruebas escritas y prácticas correspondientes a los temas de cada semana
- Entrega de trabajos o ejercicios desarrollados durante la recuperación, con criterios de corrección previamente definidos
- Rúbricas para la valoración de competencias y procedimientos aplicados en cada actividad y guias de corrección de pruebas teórica-prácticas.
- Cuaderno de seguimiento y registro del progreso del alumnado, anotando resultados, incidencias y observaciones del docente.

La superación del módulo estará condicionada a que el alumnado supere todas las pruebas y entregas de los temas correspondientes a los dos trimestres, incluidos los RA que van a empresa, que anteriormente se ha expuesto cómo se recupera.

Periodo entre las evaluaciones final primera y final segunda

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 o para subir calificaciones, o cómo se ha explicado por la pérdida de evaluación continua. Se desarrollaran:

A) Actividades de refuerzo (recuperación de resultados no alcanzados)

Estas actividades estarán dirigidas al alumnado que no haya alcanzado de forma satisfactoria alguno de los **c**riterios de evaluación o resultados de aprendizaje (RA) en la evaluación final primera. Su objetivo es reconducir el proceso de aprendizaje, atendiendo a las dificultades detectadas durante la

evaluación continua.

Características:

- Individualizadas o en pequeños grupos, según las necesidades detectadas
- Enfocadas en los RA no superados, con tareas específicas de aplicación práctica.
- Utilización de ejercicios de consolidación
- La superación de estos RA pendientes permitirá la superación del módulo o en caso de no superarse de cara a la segunda evaluación final y definitiva, el alumno/a no superará de manera definitiva el módulo profesional

Ejemplos de actividades de refuerzo:

- Ejercicios prácticos de aplicación de contenidos básicos
- Revisión guiada de errores cometidos en pruebas o tareas anteriores
- Tutorías individualizadas para reforzar competencias específicas
- Actividades en aula virtual

La asistencia en junio a clase para las actividades de refuerzo es obligatoria.

B) Actividades de mejora o ampliación (subir nota o profundizar)

Estas actividades se ofrecen al alumnado que haya alcanzado los resultados de aprendizaje, pero desee **mejorar su calificación**. El alumno/a que quiere mejorar su calificación deberá solicitarlo por escrito.

Características:

- De carácter **voluntario**
- Pueden contribuir a **incrementar la calificación final del módulo**, siempre que se evidencie un nivel de logro superior a los mínimos exigidos.

Ejemplos de actividades de mejora:

- Elaboración de un proyecto complementario o mejora de uno existente
- Desarrollo de una propuesta creativa, campaña o simulación avanzada

La asistencia del alumnado para subir nota es solo puntual, no todo el mes de junio, por el tiempo necesario para poder demostrar la subida de nota en los RA que previamente le haya comunicado el profesor, deben solicitar por escrito su deseo de subir nota en el módulo profesional.

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

En el caso del grupo no consta alumnado NEAE, no obstante, si el equipo educativo detecta dificultades en el aprendizaje, se derivará al departamento de orientación del centro. Se aplicarán los mismos **instrumentos y criterios de evaluación** que al resto del grupo, ya que en formación profesional no se pueden realizar adaptaciones significativas. Únicamente se podrían llevar a cabo medidas que faciliten el acceso al currículo:

- Distribución de la clase en función de las necesidades del alumnado.
- No se le tendrán en cuenta las faltas de ortografía al calificar los contenidos escritos con alumnado que presente dislexia, garantizando así que la valoración se centre en el conocimiento, la comprensión y la aplicación de competencias profesionales, y no en dificultades específicas de lectoescritura.
- Explicar verbalmente las indicaciones de exámenes, prácticas o trabajos, además de proporcionarle por escrito dichas cosas
- Sesiones de orientación o aclaración de dudas sobre contenidos, planificación de actividades y estrategias de estudio, siempre que el alumno lo solicite.
- Explicación o resumen de textos técnicos o de lectura densa, facilitando la comprensión de conceptos clave.
- La calificación final se obtendrá de la misma manera que para el resto del alumnado, garantizando igualdad de oportunidades y equidad en la evaluación.
- La atención se centra en facilitar el aprendizaje y la comprensión de los contenidos, sin modificar los instrumentos ni la exigencia de los RA.

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.
- Libertades individuales: 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.

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	Todo el curso

marketing	
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 o colaboración vivero de empresas	Todo el curso
Entrevistas de trabajo con alumnado UMA	Todo el curso
Proyecto aprender emprendiendo	Todo el curso
Ferias de empleo	Todo el curso
Colaboración con asociaciones del Tercer sector	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:

- RA4. Identifica, define y valida ideas de emprendimiento generadoras de nuevas oportunidades a partir de estrategias de análisis del entorno socio productivo utilizando metodologías ágiles para el emprendimiento.

El alumnado debe identificar necesidades reales y, mediante un proceso creativo, desarrollar y validar una idea emprendedora con valor económico, social o cultural. Además, debe diseñar un modelo de negocio ético y sostenible, analizar su entorno y aplicar estrategias de marketing para comunicar y vender su propuesta.

Programación didáctica

Módulo	**Proyecto Intermodular (1731)**
Ciclo	**CFGM Actividades Comerciales**
Curso	**Segundo**
Familia	**Comercio y marketing**
Profesor/a	**Inés Ortiz Granel**
Curso	**2026/27**

IES Huerta Alta

Unión Europea

Fondo Social Europeo

"El FSE invierte en tu futuro"

JUNTA DE ANDALUCIA
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

El módulo profesional de Proyecto Intermodular del segundo curso de Técnico en Actividades Comerciales tiene carácter integrador. Se articula como un único proyecto del ciclo, con tutoría individual y colectiva y desarrollo simultáneo al resto de los módulos. Conecta la investigación del entorno, la innovación aplicada y el emprendimiento con la resolución de un problema comercial concreto. La Resolución de 24 de julio de 2026 fija dos horas semanales en segundo curso. La previsión de 70 horas corresponde a una planificación de 35 sesiones dobles y sirve para distribuir el trabajo; el registro efectivo se ajustará al calendario del centro.

1.1. Concepto y Características de la Programación Didáctica

Como destacan referentes en didáctica como Miguel A. Zabalza y Pérez Corbacho, la Programación Didáctica (PD) es el instrumento de planificación pedagógica esencial que orienta la acción docente, sistematiza el proceso de enseñanza-aprendizaje y garantiza una práctica coherente y alejada de la improvisación. La PD actúa como brújula adaptativa que aterriza el diseño curricular oficial al contexto específico del aula y del entorno del centro escolar.

El diseño de esta PD se articula a través de los cuatro niveles de concreción curricular del sistema educativo español e inclusivo andaluz:

- **Primer Nivel (Diseño Curricular Base):** Normativa estatal y autonómica prescriptiva (Reales Decretos de Título y Órdenes de Currículo) que fijan los objetivos, contenidos y criterios de evaluación mínimos.
- **Segundo Nivel (Proyecto Educativo de Centro y PD):** Documentos de centro (PEC) y la presente Programación Didáctica del departamento de Comercio y Marketing, adaptando las directrices normativas al IES Huerta Alta.
- **Tercer Nivel (Programación de Unidades de Trabajo):** Planificación operativa del docente en el aula mediante las Unidades de Trabajo (UT), estructurando actividades, metodologías y recursos cotidianos.

1.2. 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.

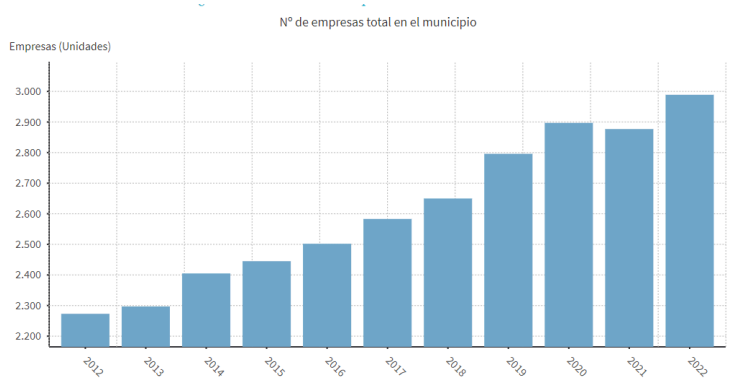
Con respecto a las comunicaciones Alhaurín de la Torre es accesible de las siguientes maneras: por el desvío de la N-340 Málaga-Cádiz: la A-404 dirección a Coín, a través de la autovía Campanillas-Parque Tecnológico sentido Cártama: salida a Churriana. y a través de la hiperronda de Málaga (MA-30), inaugurada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

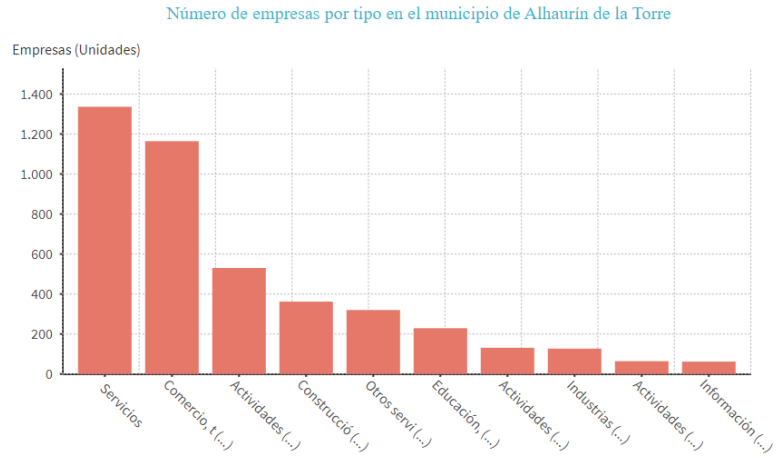
El nivel educativo refleja bajo analafabetismo solo 390 personas según el IAE, y siendo el mayor porcentaje el de personas que tienen la enseñanza secundaría o bachillerato, no existiendo gran número de licenciados (si muchos más diplomados) equiparando las cifras de licenciados a los titulados como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



1.3. 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.

1.4. Marco normativo actualizado.

La presente Programación Didáctica se fundamenta y adecúa de manera estricta al siguiente marco legal y normativo vigente para el curso 2026/2027:

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. 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. Ley 17/2007, de 10 de diciembre, de Educación 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 ECD/73/2013, de 23 de enero, por la que se establece el currículo del ciclo formativo de grado medio correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales.
11. Orden de 28 de julio de 2015, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales.
12. 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

13. Decreto 327/2010, de 13 de julio, por el que se aprueba el Reglamento Orgánico de los Institutos de Educación Secundaria
14. Decreto 147/2025, de 17 de septiembre de 2025, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas de los Grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía
15. Orden de 18 de septiembre de 2025, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía
16. Orden de 26 de septiembre de 2025, por la que se regula la fase de formación en empresa u organismo equiparado de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional de la Comunidad Autónoma de Andalucía
17. Instrucciones de 20 de mayo de 2026 de la Dirección General de Formación Profesional y Educación Permanente, por la que se establecen aspectos relativos a la evaluación final del alumnado de las enseñanzas de los grados d y e del sistema de formación profesional para el curso 2025/2026 en los centros docentes de la comunidad autónoma de andalucía.
18. Resolución de 24 de julio de 2026 de la Dirección General de Formación Profesional y Educación Permanente: anexo I, distribución semanal de Actividades Comerciales, y anexo II, currículo del módulo 1713.
19. 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

2.- Objetivos y Competencias

Los objetivos del módulo constituyen la 'Estrella Polar' del proceso formativo, definiendo los logros y capacidades profesionales que el alumnado debe alcanzar para desempeñarse con solvencia técnica en el mercado laboral. Se caracterizan por ser claros, contextualizados, evaluables y orientadores de toda la práctica docente.

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.

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, asesorando 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 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:

a) Realizar proyectos de viabilidad y de puesta en marcha y ejercicio por cuenta propia de la actividad de un pequeño negocio de comercio al por menor, adquiriendo los recursos necesarios y cumpliendo con las obligaciones legales y administrativas, conforme a la normativa vigente.

b) Administrar y gestionar un pequeño establecimiento comercial, realizando las actividades necesarias con eficacia y rentabilidad, y respetando la normativa vigente.

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.

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.

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.

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.

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.

h) Realizar la gestión comercial y administrativa del establecimiento comercial, utilizando el hardware y software apropiado para automatizar las tareas y trabajos.

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.

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.

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.

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.

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.

r) Realizar la gestión básica para la creación y funcionamiento de una pequeña empresa y tener iniciativa en su actividad profesional.

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.

Los Resultados de Aprendizaje vienen recogidos en el Anexo II del Real Decreto 499/2024 del 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.

RA1 Caracteriza las empresas del sector atendiendo a su organización y al tipo de producto o servicio que ofrecen.	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	**CONTENIDOS**
a) Se han identificado las empresas tipo más representativas del sector. b) Se ha descrito la estructura organizativa de las empresas. c) Se han caracterizado los principales departamentos. d) Se han determinado las funciones de cada departamento. e) Se ha evaluado el volumen de negocio de acuerdo a las necesidades de los clientes. f) Se ha definido la estrategia para dar respuesta a las demandas. g) Se han valorado los recursos humanos y materiales necesarios. h) Se ha realizado el seguimiento de los resultados de acuerdo a la estrategia aplicada. i) Se han relacionado los productos o servicios con su posible contribución a los ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible).	- Estudio de empresas del sector seleccionado - Se realizará una comparativa del organigrama de una empresa del sector con la diseñada por el alumnado - Se han detectado los departamentos más importantes en las empresas del sector y han creado los departamentos necesarios para su proyecto. - Se ha hecho un análisis de mercado del sector detectando las necesidades de los clientes y los volúmenes de negocio potencial - Han creado la ficha de puesto de trabajo según las necesidades de su proyecto - Se evalúa la necesidad de equipos para la empresa del proyecto - Crean una matriz DAFO según su proyecto de empresa - Calculan los KPIs para evaluar el éxito - Se estudian los ODS según el proyecto

RA2 Plantea soluciones a las necesidades del sector teniendo en cuenta la viabilidad de las mismas, los costes asociados y elaborando un pequeño proyecto	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	**CONTENIDOS**
a) Se han identificado las necesidades. b) Se han planteado en grupo posibles soluciones. c) Se ha obtenido la información relativa a las soluciones planteadas.	- Búsqueda de carencias en el sector - Brainstorming para solucionar las carencias - Investigación de mercado, primaria y secundaria - Análisis de tendencias del sector

d) Se han identificado aspectos innovadores que puedan ser de aplicación. e) Se ha realizado el estudio de viabilidad técnica. f) Se han identificado las partes que componen el proyecto. g) Se han previsto los recursos materiales y humanos para realizarlo. h) Se ha realizado el presupuesto económico correspondiente. i) Se ha definido y elaborado la documentación para su diseño. j) Se han identificado los aspectos relacionados con la calidad del proyecto. k) Se han presentado en público las ideas más relevantes de los proyectos propuestos	- Evaluación técnica y de recursos para el desarrollo real del proyecto - Definición de las partes necesarias para realizar el proyecto - Cálculo de recursos humanos, costes fijos y variables, equipamiento. - Previsión de ingresos y punto muerto. - Se desarrolla un logotipo y una página web para el proyecto - Identificación de estándares de calidad - Se presenta una introducción del proyecto para recibir feedback del resto del alumnado

RA3. Planifica la ejecución de las actividades propuestas a la solución planteada, determinando el plan de intervención y elaborando la documentación correspondiente.	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	**CONTENIDOS**
a) Se han temporizado las secuencias de las actividades. b) Se han determinado los recursos y la logística de cada actividad. c) Se han identificado permisos y autorizaciones en caso de ser necesarios. d) Se han identificado las actividades que implican riesgos en su ejecución. e) Se ha tenido en cuenta el plan de prevención de riesgos y los medios y equipos necesarios. f) Se han asignado recursos materiales y humanos a cada actividad. g) Se han tenido en cuenta posibles imprevistos. h) Se han propuesto soluciones a los posibles imprevistos. i) Se ha elaborado la documentación necesaria.	- Creación de una tabla cronológica para las tareas del proyecto - Para cada actividad se tienen claros los recursos a utilizar - Identificar los permisos legales necesarios para poner en marcha el proyecto - Realización de un plan de prevención , EPI´s, actuaciones de emergencias, etc. - Se relacionan los recursos con sus responsables - Valoración de posibles imprevistos - Soluciones a los imprevistos - Se completa la documentación necesaria para el proyecto

RA4. Realiza el seguimiento de la ejecución de las actividades planteadas, verificando que se cumple con la planificación.	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	**CONTENIDOS**
a) Se ha definido el procedimiento de seguimiento de las actividades. b) Se ha verificado la calidad de los resultados de las actividades. c) Se han identificado posibles desviaciones de la planificación y/o los resultados esperados. d) Se ha informado de las desviaciones en caso de ser necesario. e) Se han solucionado las desviaciones y se han documentado las intervenciones. f) Se ha definido y elaborado la documentación necesaria para la evaluación de las actividades y del proyecto en su conjunto.	- Definir cómo vamos a hacer el seguimiento del proyecto - Comprobación de calidad de las tareas (checklist) - Determinar las posibles desviaciones del proyecto y las acciones de corrección - Informe final de evaluación y seguimiento del proyecto

RA5. Transmite información con claridad, de manera ordenada y estructurada.	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	**CONTENIDOS**
a) Se ha mantenido una actitud ordenada y metódica en la transmisión de la información. b) Se ha transmitido información verbal tanto horizontal como verticalmente. c) Se ha transmitido información entre los miembros del grupo utilizando medios informáticos. d) Se han conocido los términos técnicos en otras lenguas que sean estándares del sector.	- Se han hecho prácticas de comunicación a lo largo del proyecto para aprender a exponer con naturalidad - Talleres de simulación de presentación individualizado - Se ha creado una presentación para apoyar la presentación del proyecto

Temporalización de los Resultados de Aprendizaje.

RESULTADO DE APRENDIZAJE	1T	2T	2T-Eval final
RA1. Caracteriza las empresas del sector atendiendo a su organización y al tipo de producto o servicio que ofrecen.	x		
RA2. Plantea soluciones a las necesidades del sector teniendo en cuenta la viabilidad de las mismas, los costes asociados y elaborando un pequeño proyecto.	x		
RA3. Planifica la ejecución de las actividades propuestas a la solución planteada, determinando el plan de intervención y elaborando la documentación correspondiente.		x	
RA4. Realiza el seguimiento de la ejecución de las actividades planteadas, verificando que se cumple con la planificación.		x	
RA5. Transmite información con claridad, de manera ordenada y estructurada			x

4.- Metodología.

4.1. Enfoque metodológico

El módulo de **Proyecto Intermodular (1713)** tiene como finalidad integrar y aplicar las

competencias adquiridas en el ciclo de Actividades Comerciales. De acuerdo con el artículo 96.3 del Real Decreto 659/2023, su desarrollo requiere seguimiento y tutorización individual y colectiva.

Asimismo, el anexo II del Real Decreto 499/2024, de 21 de mayo, establece cinco resultados de aprendizaje relacionados con la caracterización de empresas, la propuesta de soluciones viables, la planificación de actividades, el seguimiento de su ejecución y la transmisión clara y estructurada de información.

En coherencia con este planteamiento, se adoptará una metodología activa, práctica y cooperativa, basada en el desarrollo progresivo de un proyecto comercial vinculado a una necesidad del entorno de Alhaurín de la Torre y localidades próximas. Podrá consistir en una propuesta empresarial o en una actuación de mejora para un comercio real o simulado, siempre que permita trabajar los resultados de aprendizaje del módulo.

El proyecto constituirá el eje del proceso de enseñanza y aprendizaje. El alumnado deberá investigar, contrastar información, tomar decisiones, elaborar documentación y comprobar la adecuación de sus propuestas. El profesorado actuará como guía, proporcionando explicaciones, demostraciones, recursos y retroalimentación en los momentos en que sean necesarios.

Las explicaciones docentes se centrarán en los procedimientos que permitan avanzar en cada fase: analizar empresas, justificar una necesidad, comparar alternativas, elaborar un presupuesto, organizar actividades o establecer un sistema de seguimiento. Tras ellas, el alumnado aplicará lo aprendido a su proyecto.

El trabajo se desarrollará principalmente en equipos escogidos al principio de curso, establecido por el criterio de agrupamiento por finalidad, ya que es un grupo que trabajará durante todo el curso para un proyecto común. Se combinará con tareas y comprobaciones individuales para asegurar que todos los integrantes comprenden las decisiones adoptadas y adquieren los aprendizajes previstos.

El proyecto no se limitará a redactar una memoria. Incorporará actuaciones concretas o pruebas mediante simulación que permitan comprobar la planificación, detectar desviaciones y proponer mejoras. La comunicación oral, escrita y digital se trabajará durante todo el proceso, además de en la presentación final.

4.2. Principios metodológicos aplicados al Proyecto Intermodular

La práctica docente se fundamentará en los siguientes doce principios:

1. Desarrollo del pensamiento analítico, crítico y creativo. Se promoverá la observación de empresas comerciales, la identificación de necesidades y la comparación de alternativas. El alumnado deberá justificar sus decisiones mediante información contrastada, diferenciando los datos obtenidos de las estimaciones y valorando las limitaciones de sus propuestas.

2. Evaluación continua y orientación del aprendizaje. Se realizará un seguimiento del trabajo mediante entregas parciales, observación, tutorías y revisión de evidencias. La retroalimentación permitirá corregir dificultades durante el desarrollo del proyecto, sin posponer su detección a la entrega final.

3. El aula como espacio de trabajo profesional y colaborativo. El aula se organizará como un entorno de trabajo en el que se planifican tareas, se celebran reuniones, se elaboran documentos y se resuelven incidencias. Se fomentarán la puntualidad, el cumplimiento de acuerdos, la comunicación respetuosa y el cuidado de los recursos compartidos.

4. Integración de conocimientos e interdisciplinariedad. El alumnado aplicará aprendizajes de los módulos de primero y segundo curso cuando resulten pertinentes para resolver la necesidad seleccionada. Las aportaciones deberán formar un proyecto coherente, relacionando las decisiones comerciales, económicas, organizativas y de comunicación.

5. Inclusión y respuesta a la diversidad. Se facilitarán plantillas, ejemplos, instrucciones secuenciadas y apoyos ajustados a las necesidades observadas. La distribución de tareas permitirá participar a todo el alumnado, evitando que una especialización permanente impida practicar determinados aprendizajes.

6. Motivación mediante retos concretos y alcanzables. Cada fase se presentará mediante una pregunta o problema profesional: qué necesita el cliente, qué solución resulta viable, qué recursos hacen falta o cómo se comprobará el resultado. El alumnado conocerá el propósito de las tareas y su aportación al proyecto.

7. Cooperación y responsabilidad individual. El trabajo en equipo se apoyará en acuerdos de funcionamiento, reparto de responsabilidades y revisión de compromisos. Cada estudiante deberá explicar sus aportaciones y comprender el conjunto del proyecto, favoreciendo la ayuda entre iguales sin sustituir el trabajo personal.

8. Conexión con el entorno productivo. Se utilizarán empresas, documentos, necesidades y situaciones propias del comercio del entorno. Las propuestas se ajustarán a recursos y condiciones plausibles, valorando su utilidad para la clientela y su posible contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

9. Planificación flexible y mejora progresiva. La programación y los proyectos podrán ajustarse cuando aparezcan nuevas necesidades, dificultades o datos relevantes. Los cambios deberán justificarse y registrarse, conservando la coherencia entre objetivos, recursos, presupuesto y actuaciones.

10. Autonomía, autoevaluación y coevaluación. El alumnado organizará progresivamente su trabajo y revisará sus avances mediante listas de comprobación y rúbricas. La autoevaluación y la valoración entre compañeros servirán para identificar mejoras, mientras que el profesorado comprobará los aprendizajes de cada estudiante.

11. Uso funcional y responsable de las herramientas digitales. Se emplearán documentos y hojas de cálculo compartidos, herramientas de planificación y recursos de presentación. Se trabajarán la identificación de fuentes, la organización de archivos, la protección de datos y la verificación de la información. Cuando se utilice inteligencia artificial, se declarará su uso y se comprobarán sus aportaciones.

12. Comunicación profesional y rigor documental. Se cuidarán la claridad, el orden, la precisión y la corrección lingüística de informes, presupuestos, actas y presentaciones. Se practicarán la exposición oral, la escucha y la respuesta razonada a preguntas, incorporando términos técnicos en otras lenguas cuando sean habituales en el sector.

4.3. Estrategias de enseñanza-aprendizaje en el aula

Los principios anteriores se concretarán en once estrategias:

1. Exploración de conocimientos previos. Al comienzo del módulo y de cada fase se comprobarán los aprendizajes disponibles mediante preguntas, pequeños supuestos y revisión de experiencias anteriores. Se identificarán los contenidos del ciclo que el alumnado necesita recuperar para avanzar.

2. Explicaciones breves y demostraciones aplicadas. El profesorado presentará conceptos y procedimientos mediante ejemplos resueltos. Podrá mostrar cómo elaborar un organigrama, comparar presupuestos, secuenciar actividades o registrar desviaciones. A continuación, cada equipo aplicará el procedimiento a su propuesta.

3. Aprendizaje basado en proyectos y pequeños retos. El proyecto se dividirá en tareas conectadas que generen productos útiles: análisis de empresas, diagnóstico de necesidades, comparación de soluciones, presupuesto, plan de ejecución y registros de seguimiento. Cada tarea tendrá una finalidad, un plazo y unas evidencias de entrega.

4. Investigación guiada del entorno comercial. Se utilizarán la observación, la consulta de información pública y la comparación de empresas y ofertas. Cuando proceda, podrán realizarse entrevistas o cuestionarios con las autorizaciones necesarias. Los equipos deberán explicar cómo han obtenido los datos y qué limitaciones presentan.

5. Cooperación con funciones rotatorias. Se distribuirán funciones de coordinación, documentación, control de plazos y revisión. Su rotación favorecerá que todos practiquen tareas diversas. Los acuerdos se recogerán en actas breves y se comprobará su cumplimiento.

6. Tutorías y revisión de entregas parciales. Se establecerán momentos de seguimiento individual y grupal para revisar la coherencia del proyecto. El profesorado formulará preguntas, señalará dificultades y acordará mejoras que deberán incorporarse a las siguientes versiones.

7. Simulación profesional y comprobación de propuestas. Se realizarán pruebas ajustadas al proyecto, como una simulación de venta, la tramitación de un pedido, la preparación de una acción promocional o el ensayo de un procedimiento de atención. Estas actuaciones permitirán observar resultados y corregir la planificación.

8. Análisis de alternativas y aprendizaje a partir del error. Se compararán soluciones según su utilidad, recursos, costes y viabilidad. Las dificultades se aprovecharán para revisar decisiones y documentar mejoras, fomentando una actitud constructiva ante los errores.

9. Materiales anticipados y apoyo mediante Classroom. Se compartirán guías, esquemas, plantillas y ejemplos para preparar las tareas y facilitar el trabajo autónomo. Classroom permitirá organizar las entregas y la retroalimentación, mientras que las carpetas compartidas recogerán la documentación del proyecto.

10. Comunicación continua y presentaciones parciales. Los equipos expondrán sus avances y responderán a preguntas sobre las decisiones adoptadas. Se practicarán las reuniones de trabajo, los intercambios digitales y las presentaciones apoyadas en recursos visuales. La defensa final recogerá un aprendizaje comunicativo desarrollado durante todo el

curso.

11. Autonomía progresiva y reflexión sobre el proceso. Los apoyos iniciales se reducirán conforme el alumnado adquiera seguridad. Al finalizar cada fase, cada equipo revisará qué ha realizado, qué dificultades mantiene y qué debe mejorar. Cada estudiante identificará sus aportaciones y sus próximos objetivos.

4.4. Actividades: tipología y planteamiento metodológico

Las actividades se organizarán alrededor de un proyecto comercial desarrollado progresivamente durante el curso. Se partirá del análisis de empresas y necesidades para plantear una solución viable, planificar sus actuaciones, comprobar su desarrollo y comunicar los resultados.

La propuesta de cinco unidades de trabajo permitirá ordenar este proceso. La comunicación, vinculada al RA5, se trabajará en todas ellas, aunque disponga de momentos específicos de preparación y presentación.

Las dos horas semanales consecutivas se organizarán habitualmente en tres momentos: revisión inicial de objetivos y acuerdos, desarrollo práctico del proyecto y cierre con registro de avances y planificación de la siguiente sesión. Esta distribución será flexible según las tareas previstas.

Cada equipo mantendrá una carpeta compartida y una ficha semanal en la que constarán las tareas realizadas, las aportaciones individuales, las dificultades y los siguientes pasos.

A) Actividades de introducción y motivación

Se realizarán al comienzo del módulo y de cada unidad para presentar el reto, identificar conocimientos previos y relacionar el trabajo con situaciones profesionales.

Podrán incluir el análisis de un comercio del entorno, la comparación de establecimientos, la identificación de necesidades de clientes o el debate sobre un problema comercial. Se utilizarán fotografías, catálogos, noticias, documentos y ejemplos próximos al alumnado.

Se plantearán preguntas como «¿Qué necesidad no está atendida?», «¿Cómo se organiza este comercio?» o «¿Qué podríamos mejorar con los recursos disponibles?». Las conclusiones servirán para seleccionar y delimitar el proyecto.

B) Actividades de desarrollo o productivas

Constituirán el núcleo del módulo y generarán evidencias vinculadas a sus resultados de aprendizaje.

- **Descubrimiento dirigido:** elaboración de fichas de empresas, organigramas y mapas de funciones; identificación de productos, servicios y necesidades; estimación justificada del volumen de actividad y análisis de recursos humanos y materiales. Se valorará también la relación de la propuesta con los ODS.
- **Diseño de soluciones:** formulación y comparación de alternativas, identificación de aspectos innovadores, estudio de viabilidad técnica, previsión de recursos y elaboración del presupuesto. Cada equipo justificará la solución elegida y definirá los

componentes y requisitos de calidad del proyecto.

- **Planificación de actuaciones:** elaboración del calendario, secuenciación de tareas y asignación de responsables y recursos. Se identificarán necesidades logísticas, permisos, riesgos y medidas preventivas, así como posibles imprevistos y respuestas previstas.
- **Ejecución y seguimiento:** realización de actuaciones o pruebas mediante simulación, aplicación de listas de comprobación y comparación entre lo planificado y lo realizado. Se registrarán incidencias, desviaciones, decisiones correctoras y resultados.
- **Consolidación:** revisión de la coherencia entre las distintas fases. Las necesidades detectadas deberán justificar la solución; el presupuesto responderá a los recursos previstos; y los indicadores de seguimiento permitirán comprobar los objetivos.
- **Investigación y gestión de información:** búsqueda y contraste de fuentes, comparación de ofertas y organización de documentos. Se identificarán la procedencia de los datos, las estimaciones utilizadas y las versiones de los archivos.
- **Comunicación y elementos transversales:** elaboración de actas, informes y presentaciones; intercambio de información entre los miembros del equipo y con el profesorado; revisión de la accesibilidad, la igualdad, la sostenibilidad, la prevención y el uso responsable de las herramientas digitales.

C) Actividades interdisciplinares

Se coordinarán aportaciones de otros módulos que ayuden a resolver la necesidad planteada: análisis del público, selección de productos y proveedores, argumentación comercial, atención al cliente, organización del punto de venta o comunicación digital.

Cada aportación deberá explicar su utilidad y mantener coherencia con las demás decisiones. Por ejemplo, la estrategia en redes sociales deberá responder al público y a los objetivos del proyecto y ajustarse a sus recursos y presupuesto.

La evaluación del Proyecto Intermodular atenderá a sus propios RA y CE. Cuando una actividad aporte evidencias a otro módulo, su profesorado las valorará conforme a los referentes de ese módulo, según la coordinación acordada.

D) Actividades de ampliación y profundización

Se propondrán al alumnado que alcance con solvencia los aprendizajes previstos. Podrán consistir en comparar escenarios de demanda y costes, estudiar otro segmento de clientes, incorporar mejoras de accesibilidad o valorar una innovación.

También se podrá realizar una segunda prueba tras introducir cambios y comparar sus resultados. Estas actividades profundizarán en los aprendizajes sin exigir inversiones económicas ni contactos externos como condición para obtener una valoración favorable.

E) Actividades de refuerzo

Se utilizarán cuando se detecten dificultades para comprender o aplicar los procedimientos. Incluirán tareas divididas en pasos, ejemplos resueltos, plantillas simplificadas, demostraciones adicionales y tutorías.

Entre ellas podrán plantearse completar un organigrama, justificar una necesidad a partir de

datos facilitados, corregir un presupuesto, secuenciar tareas o registrar una incidencia. Se comprobará la comprensión individual antes de continuar con tareas de mayor complejidad.

F) Actividades de evaluación

Permitirán recoger evidencias durante todo el proceso, vinculadas a los criterios de evaluación correspondientes:

- **RA1:** informe de caracterización de empresas, organización, funciones, necesidades, recursos y relación con los ODS.
- **RA2:** diagnóstico de necesidades, comparación de soluciones, estudio de viabilidad, presupuesto y documentación de diseño.
- **RA3:** plan de ejecución con secuencia, responsables, recursos, logística, permisos, riesgos y previsión de contingencias.
- **RA4:** procedimiento de seguimiento, comprobación de la calidad, registros de desviaciones y documentación de las correcciones.
- **RA5:** actas, comunicaciones digitales, explicaciones, presentaciones parciales y defensa final, atendiendo a su claridad, orden y vocabulario profesional.

Se utilizarán rúbricas, listas de cotejo, observación y comprobaciones individuales. La memoria y la defensa final se completarán con las evidencias del proceso; cada estudiante deberá explicar sus aportaciones y responder a preguntas sobre el proyecto.

La autoevaluación y la coevaluación ayudarán a revisar el trabajo. La valoración docente comprobará el aprendizaje individual, evitando atribuir automáticamente la misma calificación a todos los integrantes.

G) Actividades de recuperación

Se concretarán en un plan individual referido a los resultados de aprendizaje y criterios no acreditados. Se indicarán las dificultades detectadas, las tareas necesarias, los apoyos disponibles y los plazos de realización.

Las actividades podrán consistir en completar el análisis de empresas, justificar la viabilidad de una solución, corregir el presupuesto, reorganizar la planificación, documentar una prueba de seguimiento o realizar una nueva explicación individual.

Se solicitarán evidencias de los aprendizajes pendientes conforme a los criterios y procedimientos de evaluación y calificación establecidos en la programación.

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

UNIDAD	HORAS	TRIMESTRE	RA Y CEs
UT 1 Empresas del sector	14	**PRIMER TRIMESTRE**	RA1 Todos
UT 2 Soluciones a las necesidades del sector	14	**PRIMER TRIMESTRE**	RA2 Todos
UT 3 Planificación	14	**SEGUNDO TRIMESTRE**	RA3 Todos
UT 4 Seguimiento de ejecución	14	**SEGUNDO TRIMESTRE**	RA4 Todos
UT 5 Presentación del proyecto	14	**2ªEval-1ªFinal**	RA5 Todos
TOTAL, HORAS	**70 horas**		

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

Dentro del marco legal de la Orden de 18 de septiembre de 2025, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía, se evaluará cada uno de los siguientes resultados de aprendizaje mediante las evidencias descritas en las siguientes tablas, atendiendo a lo siguientes **procedimientos, técnicas e instrumentos de evaluación:**
La evaluación del módulo se llevará a cabo mediante procedimientos, técnicas e instrumentos variados, flexibles, accesibles y adaptados a las características del alumnado, asegurando una valoración continua y global del grado de consecución de los resultados de aprendizaje y de los criterios de evaluación asociados.

Para cada criterio de evaluación se aplicarán distintos instrumentos que permitan observar el progreso competencial del alumnado desde diferentes perspectivas.

Procedimientos de evaluación:

- Observación sistemática del desempeño del alumnado en actividades individuales y grupales.

- Valoración continua de los trabajos, proyectos y tareas realizadas en el aula o en entornos simulados.
- Revisión y análisis de evidencias de aprendizaje (portafolios, informes, presentaciones, productos finales, pruebas prácticas…).
- Autoevaluación y coevaluación como estrategias de reflexión y mejora del propio proceso de aprendizaje.

Técnicas de evaluación:

- Observación directa y registro de actitudes, destrezas y comportamientos.
- Análisis de producciones escritas y digitales.
- Resolución de casos prácticos y situaciones simuladas.
- Entrevistas o tutorías individualizadas para recoger información cualitativa del proceso.

Instrumentos de evaluación:

- Rúbricas específicas para cada resultado de aprendizaje.
- Listas de cotejo (checklists) para el control del progreso.
- Portafolio de evidencias.
- Guía de corrección
- Cuaderno del profesor/a como registro de observaciones y calificaciones parciales.

Estos instrumentos se seleccionarán de forma coherente con las actividades de enseñanza-aprendizaje y permitirán la recogida de información válida y fiable, garantizando la accesibilidad para todo el alumnado y la posibilidad de ajustes metodológicos según sus necesidades.

RA 1: Caracteriza las empresas del sector atendiendo a su organización y al tipo de producto o servicio que ofrecen.				
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	**Procedimiento**	**Técnica**	**Instrumento**	**PESO 20%**
a) Se ha descrito la estructura organizativa de las empresas.				
b) Se han caracterizado los principales departamentos.				
c) Se han determinado las				

funciones de cada departamento. d) Se ha evaluado el volumen de negocio de acuerdo a las necesidades de los clientes. e) Se ha definido la estrategia para dar respuesta a las demandas. f) Se han valorado los recursos humanos y materiales necesarios. g) Se ha realizado el seguimiento de los resultados de acuerdo con la estrategia aplicada. h) Se han relacionado los productos o servicios con su posible contribución a los ODS.	Entrega de tareas semanales de casos prácticos	Análisis de producciones	Rúbrica analítica	Todos por igual

RA 2: Plantea soluciones a las necesidades del sector teniendo en cuenta la viabilidad de las mismas, los costes asociados y elaborando un pequeño proyecto				
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	**Procedimiento**	**Técnica**	**Instrumento**	**PESO 20%**
a) Se han identificado las necesidades. b) Se han planteado en grupo posibles soluciones. c) Se ha obtenido la información relativa a las soluciones planteadas. d) Se han identificado aspectos innovadores que puedan ser de aplicación. e) Se ha realizado el estudio de viabilidad técnica. f) Se han identificado las partes que componen el proyecto. g) Se han previsto los recursos materiales y humanos para realizarlo. h) Se ha realizado el presupuesto económico correspondiente. i) Se ha definido y elaborado la documentación para su diseño. j) Se han identificado los aspectos relacionados con la calidad del proyecto. k) Se han presentado en público las ideas más relevantes de los proyectos propuestos.	Entrega de tareas semanales de casos prácticos	Análisis de producciones	Rúbrica analítica	Todos por igual

RA 3: Planifica la ejecución de las actividades propuestas a la solución planteada, determinando el plan de intervención y elaborando la documentación correspondiente.				
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	**Procedimiento**	**Técnica**	**Instrumento**	**PESO 20%**
a) Se han temporizado las secuencias de las actividades.				

b) Se han determinado los recursos y la logística de cada actividad.	Entrega de tareas semanales de casos prácticos	Análisis de producciones	Rúbrica analítica	Todos por igual
c) Se han identificado permisos y autorizaciones en caso de ser necesarios.				
d) Se han identificado las actividades que implican riesgos en su ejecución.				
e) Se ha tenido en cuenta el plan de prevención de riesgos y los medios y equipos necesarios.				
f) Se han asignado recursos materiales y humanos a cada actividad.				
g) Se han tenido en cuenta posibles imprevistos.				
h) Se han propuesto soluciones a los posibles imprevistos.				
i) Se ha elaborado la documentación necesaria.				

RA 4: Realiza el seguimiento de la ejecución de las actividades planteadas, verificando que se cumple con la planificación.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	Procedimiento	Técnica	Instrumento	PESO 20%
a) Se ha definido el procedimiento de seguimiento de las actividades.	Entrega de tareas semanales de casos prácticos	Análisis de producciones	Rúbrica analítica	Todos por igual
b) Se ha verificado la calidad de los resultados de las actividades.				
c) Se han identificado posibles desviaciones de la planificación y/o los resultados esperados.				
d) Se ha informado de las desviaciones en caso de ser necesario.				

e) Se han solucionado las desviaciones y se han documentado las intervenciones.				
f) Se ha definido y elaborado la documentación necesaria para la evaluación de las actividades y del proyecto en su conjunto.				

RA 5 Transmite información con claridad, de manera ordenada y estructurada				
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	**Procedimiento**	**Técnica**	**Instrumento**	**PESO 20%**
a) Se ha mantenido una actitud ordenada y metódica en la transición de la información	Entrega de tareas semanales de casos prácticos	Análisis de producciones	Rúbrica analítica	Todos por igual
b) Se ha transmitido información verbal tanto horizontal como verticalmente				
c) Se ha transmitido información entre los miembros del grupo utilizando medios informáticos				
d) Se han conocido los términos técnicos en otras lenguas que sean estándares en el sector				

PROCESO DE EVALUACIÓN EN LOS CICLOS FORMATIVOS DE GRADO D Y E

Todos los módulos de los ciclos formativos se rigen por la Orden de 18 de septiembre de 2025, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

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:

- La superación de cualquier módulo profesional requiere la evaluación positiva de

todos los resultados de aprendizaje (RA) que lo componen, sean o no formación en la empresa.En consecuencia, la calificación final del módulo será positiva únicamente cuando el alumno o alumna haya alcanzado de forma satisfactoria todos los RA, conforme a los criterios de evaluación establecidos para cada uno de ellos. Esto incluye también al módulo de proyecto intermodular

- Se necesitará obtener como mínimo una puntuación de **5 puntos, utilizando una evaluación criterial para aprobar cada una de ellas**
- 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 supera esta prueba, podría realizar la recuperación de la misma, que se realizaría antes de la celebración de la evaluación correspondiente.
- 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. Esto incluye el uso de la IA, internet o dispositivos móviles cuando no haya sido aprobado su uso por el docente, este utilizará los instrumentos correspondientes para garantizar que se realizó tal uso indebido.
- Para superar el módulo se han de aprobar todas las pruebas teórico-prácticas.
- 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 contínua: En virtud de lo establecido del artículo 27.5 y 27.6 del Decreto 147/2025, de 17 de septiembre, la evaluación continua de los aprendizajes requerirá la asistencia regular y obligatoria, tanto en el centro docente como en la fase de formación en empresa u organismo equiparado, de al menos el 80 por ciento de la duración total del módulo, ámbito o proyecto, a partir de la fecha en la que el alumnado se haya matriculado,

teniendo que superar en junio todos los RA y criterios de evaluación de dicho módulo en el que se ha perdido la evaluación continua.

D) Baja de oficio: De conformidad con lo dispuesto en el artículo 26.5 del Decreto 147/2025, de 17 de septiembre, los centros docentes sostenidos con fondos públicos iniciarán el procedimiento de anulación de oficio de la matrícula en las ofertas formativas de grados D o E si, una vez iniciadas las actividades lectivas y transcurridos cinco días hábiles, se observase la no incorporación o la inasistencia injustificada y reiterada del alumnado a las mismas. Dicho procedimiento podrá iniciarse hasta el 15 de noviembre de cada año. Asimismo, a partir del 15 de noviembre podrá procederse igualmente a la anulación de oficio de la matrícula en aquellos casos en que el alumnado acumule un mínimo de cuarenta y cinco días hábiles de inasistencia injustificada en el conjunto de los módulos en que estuviera matriculado.

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, si el trabajo es en grupo, 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.

Proceso de evaluación de los RA en formación en empresa

La persona que ejerza la tutoría dual en la empresa registrará la evolución del alumnado respecto a los RA y criterios de evaluación aplicables en el módulo correspondiente. Esta valoración se realizará mediante instrumentos específicos: rúbricas cualitativas como el ejemplo que acabamos de ver.

La información recogida por el tutor de empresa se trasladará al profesor responsable del módulo para integrarla en el procedimiento global de evaluación, complementando la evaluación realizada en el centro educativo.

La calificación final del módulo tendrá en cuenta, de manera parcial y ponderada, la valoración realizada por el tutor dual de empresa, asegurando que la experiencia práctica forme parte del proceso de calificación.

La coordinación entre tutor de empresa y profesor del centro será continua, mediante informes periódicos, reuniones y diarios de prácticas y asistencia del alumnado.

El responsable último de la calificación numérica recibida en el RA de empresa es el profesor responsable del módulo.

Recuperación de los RA no superados en la fase de formación en empresa

En caso de que algún alumno/a no pueda desarrollar alguno de los resultados de aprendizaje previstos en su plan de formación individual o no los supere en el centro de trabajo (durante

la fase de formación en empresa u organismo equiparado), tendrá que desarrollar un proyecto entregable consistente en la elaboración de un argumentario de ventas correctamente estructurado y justificado.

El profesor facilitará el material teórico y las explicaciones necesarias para que pueda desarrollarlo entre las evaluaciones final primera y final segunda (junio) en caso de no haber sido superado dicho RA, siendo el instrumento empleado para evaluarlo una rúbrica, este proyecto tendrá que tener una nota igual o superior al cinco para poder superar el RA vinculado a la fase de formación en empresa, en caso contrario ni el RA ni el módulo finalmente quedarían superados, estando suspenso o suspensa en la segunda evaluación final y definitiva del curso.

Este procedimiento también tendrá lugar si el tutor dual de empresa nos manifiesta en sus rúbricas de evaluación que no se ha desarrollado dicho RA en empresa, en este caso el alumnado no tendrá que esperar al mes de junio para poder desarrollar el proyecto, pudiendo entregarlo antes de la primera evaluación final

Instrumentos de evaluación para alumnado con pérdida de evaluación continua

Para el alumnado que no haya superado la evaluación continua se establecerá un periodo de recuperación individualizado entre la evaluación inicial final primera y segunda, estructurado en dos semanas, si bien también puede presentarse a la convocatoria antes de la primera evaluación final (entregas y pruebas correspondientes a toda la materia) siempre que lo solicite por adelantado y en tiempo y forma, en caso de no aprobar pasaría a tener otra oportunidad en la segunda evaluación final.

Con respecto al periodo de recuperación individualizado entre la evaluación inicial final primera y segunda:

Cada semana se centrará en temas específicos, incluyendo la realización de ejercicios prácticos y dudas y explicaciones de las entregas de proyectos

Los instrumentos seleccionados permitirán valorar de manera objetiva la adquisición de los

RA no alcanzados por la pérdida de la evaluación continua. Entre ellos se incluyen:

- Pruebas escritas y prácticas correspondientes a los temas de cada semana
- Entrega de trabajos o ejercicios desarrollados durante la recuperación, con criterios de corrección previamente definidos
- Rúbricas para la valoración de competencias y procedimientos aplicados en cada actividad y guias de corrección de pruebas teórica-prácticas.
- Cuaderno de seguimiento y registro del progreso del alumnado, anotando resultados, incidencias y observaciones del docente.

La superación del módulo estará condicionada a que el alumnado supere todas las pruebas y entregas de los temas correspondientes a los dos trimestres, incluidos los RA que van a empresa, que anteriormente se ha expuesto cómo se recupera.

Periodo entre las evaluaciones final primera y final segunda

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 o para subir calificaciones, o cómo se ha explicado por la pérdida de evaluación continua. Se desarrollaran:

A) Actividades de refuerzo (recuperación de resultados no alcanzados)

Estas actividades estarán dirigidas al alumnado que no haya alcanzado de forma satisfactoria alguno de los **c**riterios de evaluación o resultados de aprendizaje (RA) en la evaluación final primera.
Su objetivo es reconducir el proceso de aprendizaje, atendiendo a las dificultades detectadas durante la evaluación continua.

Características:

- Individualizadas o en pequeños grupos, según las necesidades detectadas
- Enfocadas en los RA no superados, con tareas específicas de aplicación práctica.
- Utilización de ejercicios de consolidación
- La superación de estos RA pendientes permitirá la superación del módulo o en caso

de no superarse de cara a la segunda evaluación final y definitiva, el alumno/a no superará de manera definitiva el módulo profesional

Ejemplos de actividades de refuerzo:

- Ejercicios prácticos de aplicación de contenidos básicos
- Revisión guiada de errores cometidos en pruebas o tareas anteriores
- Tutorías individualizadas para reforzar competencias específicas
- Actividades en aula virtual

La asistencia en junio a clase para las actividades de refuerzo es obligatoria.

B) Actividades de mejora o ampliación (subir nota o profundizar)

Estas actividades se ofrecen al alumnado que haya alcanzado los resultados de aprendizaje, pero desee **mejorar su calificación**

Características:

- De carácter **voluntario**
- Pueden contribuir a **incrementar la calificación final del módulo**, siempre que se evidencie un nivel de logro superior a los mínimos exigidos.

Ejemplos de actividades de mejora:

- Elaboración de un proyecto complementario o mejora de uno existente
- Desarrollo de una propuesta creativa, campaña o simulación avanzada
- Investigación o análisis de casos reales de empresas del sector

La asistencia del alumnado para subir nota es solo puntual, no todo el mes de junio, por el tiempo necesario para poder demostrar la subida de nota en los RA que previamente le haya comunicado el profesor, deben solicitar por escrito su deseo de subir nota en el módulo profesional.

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

En el caso del grupo no consta ningún alumno/a con **necesidades especiales**,en caso de incorporarse se aplicarán los mismos **instrumentos y criterios de evaluación** que al resto del grupo, sin realizar **adaptaciones significativas ni ampliar el tiempo de examen**, con las siguientes excepciones:

- No se le tendrán en cuenta las faltas de ortografía al calificar los contenidos escritos, garantizando así que la valoración se centre en el conocimiento, la comprensión y la aplicación de competencias profesionales, y no en dificultades específicas de lectoescritura.
- Explicar verbalmente las indicaciones de exámenes, prácticas o trabajos, además de proporcionarle por escrito dichas cosas
- Sesiones de orientación o aclaración de dudas sobre contenidos, planificación de actividades y estrategias de estudio, siempre que el alumno lo solicite.
- Explicación o resumen de textos técnicos o de lectura densa, facilitando la comprensión de conceptos clave

- La calificación final se obtendrá de la misma manera que para el resto del alumnado, garantizando igualdad de oportunidades y equidad en la evaluación.
- La atención se centra en facilitar el aprendizaje y la comprensión de los contenidos, sin modificar los instrumentos ni la exigencia de los RA.

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 Classroom.

  Además de despertar el pensamiento crítico sobre el uso de la Inteligencia Artificial.
- Cultura andaluza: siempre que sea posible, con especial hincapié en datos de investigación sobre la cultura empresarial andaluza y en especial de Alhaurín de la Torre y alrededores.
- 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/a 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. Ficha de trabajo semanal y documentos compartidos: los alumnos/as deberán reflejar en dichos documentos todo su trabajo realizado en cada sesión en clase, 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 y presentaciones elaboradas por el docente y subidas a la plataforma como una guía para el trabajo diario de clase, sin perder de vista la base de la programación.
3. Encerado y pizarra digital: Ambas serán un apoyo a las explicaciones del profesor, así como el ordenador y programas de diseño cuando sea necesario como Canva Pro.
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, plataformas de redes sociales, vídeos, programas televisivos, fragmentos de películas, etc.
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 así como con el paquete de ofimática de Google, siendo la base de su proyecto escrito.

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 de interés para los alumnos/as con el fin de observar en la práctica los contenidos vistos en el aula y en otros módulos del ciclo.

10.- Aportación del módulo al proyecto intermodular

Al ser este módulo el de Proyecto Intermodular, se tendrán en cuenta todas las aportaciones del resto de módulos del ciclo formativo, por lo tanto se recoge en la siguiente tabla la relación de los RA de los distintos módulos del ciclo de Actividades Comerciales con el presente módulo:

Módulos	RA	Pistas para el profesor@ de proyecto intermodular	Curso
ING	RA 2: Comprende información profesional contenida en textos escritos sencillos, analizando de forma comprensiva su contenido.	El alumnado, en su posible búsqueda de información para la elaboración de su proyecto, podrá incluir fuentes en lengua inglesa y deberá interpretar su contenido de forma general, y saber emplear la terminología anglosajona básica propia del sector.	1
MAC	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.	
TAL	R2. 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.	Dentro del proyecto pueden incluir cómo van a gestionar el almacén de su establecimiento, si es necesario, metros cuadrados, cantidad de materias primas según el tipo de producto de la empresa.	
	R3. 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.	También tendrán que tener claro cómo van a tratar el producto terminado y las distintas formas de envío al cliente.	
DPV	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,	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.	

	aplicando técnicas para incentivar la venta y para la captación y fidelización de clientes.		
PDV	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	
AIC	RA 3. Confecciona materiales informativos y publicitarios, utilizando técnicas de diseño gráfico.	El alumnado dentro del trabajo tendrá que realizar una presentación gráfica en la plataforma que elijan, PowerPoint, Canva, Emaze, Prezzi, etc. Para ello se le puede valorar la originalidad, el tipo de imágenes, si han usado IA (Leonardo) o han hecho diseño propio.	
	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.	Para la entrega del trabajo se le puede poner a los alumnos unas normas de entrega, Word, PDF, interlineado, márgenes, normas APA, tamaño de fuente,fuente, portada, número de páginas, ...	
DIG	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 analizar los sistemas basados en la nube y la aplicación práctica de la IA en los entornos donde se enmarca el título.	
SOS	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 responsables según la economía circular.	
IPE 1	RA 1: Distingue las características del sector productivo y define los puestos de trabajo relacionándolos con las competencias profesionales expresadas en el título.	El alumnado debe analizar las oportunidades de empleo en su sector y reflexionar sobre las competencias, actitudes y aptitudes necesarias para su desarrollo profesional dentro del sector del comercio.	
GPC	RA: 1. Obtiene información sobre iniciativas emprendedoras y	El alumno en el proyecto deberá elaborar como eje principal del mismo un plan de empresa que engloba	2

	oportunidades de creación de una pequeña empresa, valorando el impacto sobre el entorno de actuación e incorporando valores éticos. 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. 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. 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. 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.	también al resto de conocimientos adquiridos por otros resultados de aprendizaje de otros módulos.	
GC	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…	
VT	RA 7. Desarrolla actividades de telemarketing en situaciones de venta telefónica, captación y fidelización de clientes y atención personalizada, aplicando las técnicas adecuadas en cada caso	El alumno deberá, dentro del proyecto intermodular, realizar actividades relacionadas con la comunicación a través de telemarketing, ya sea en venta telefónica como en venta online, buscando la captación y fidelización de clientes.	
SAT	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…	

CE	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	
IPE 2	RA4. Identifica, define y valida ideas de emprendimiento generadoras de nuevas oportunidades a partir de estrategias de análisis del entorno socio productivo utilizando metodologías ágiles para el emprendimiento.	El alumnado debe identificar necesidades reales y, mediante un proceso creativo, desarrollar y validar una idea emprendedora que aporte valor económico, social y/o cultural. Además, debe diseñar un modelo de negocio ético y sostenible, analizar su entorno y aplicar estrategias de marketing para comunicar y vender su propuesta.	
OPT	RA1: Diseña y estructura una estrategia de comunicación en redes sociales basada en las necesidades de comunicación de la empresa y las palabras clave que favorezcan la visibilidad en la misma.	El alumnado deberá analizar las necesidades de comunicación de la empresa de su proyecto y diseñar una estrategia en redes sociales adaptada a sus objetivos y público destinatario. Para ello, seleccionará las redes más adecuadas, definirá los mensajes y contenidos, organizará un calendario de publicaciones e identificará las palabras clave que favorezcan la visibilidad del negocio y de sus productos o servicios.	

Programación didáctica

Módulo	**Comunicación en Redes Sociales (AN6564)**
Ciclo	**CFGM Actividades Comerciales**
Curso	**Segundo**
Familia	**Comercio y marketing**
Profesor/a	**Inés Ortiz Granel**
Curso	**2026/27**

IES Huerta Alta

Unión Europea
Fondo Social Europeo
"El FSE invierte en tu futuro"
JUNTA DE ANDALUCIA
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

El módulo profesional denominado Comunicación en Redes Sociales (Código AN6564) forma parte de la oferta de módulos con carácter optativo para el segundo curso del Ciclo Formativo de Grado Medio en Actividades Comerciales (Familia Profesional de Comercio y Marketing). La programación se centra en la estrategia de comunicación de un pequeño negocio y en la creación, optimización y difusión de contenidos en redes sociales y plataformas online. Las explicaciones del profesor, el trabajo en equipo en el aula y la aplicación práctica de lo aprendido organizan todas las unidades. El módulo cuenta con una carga horaria total de 105 horas lectivas, impartidas a razón de 3 horas semanales.

1.1. Concepto y Características de la Programación Didáctica

Como destacan referentes en didáctica como Miguel A. Zabalza y Pérez Corbacho, la Programación Didáctica (PD) es el instrumento de planificación pedagógica esencial que orienta la acción docente, sistematiza el proceso de enseñanza-aprendizaje y garantiza una práctica coherente y alejada de la improvisación. La PD actúa como brújula adaptativa que aterriza el diseño curricular oficial al contexto específico del aula y del entorno del centro escolar.

El diseño de esta PD se articula a través de los cuatro niveles de concreción curricular del sistema educativo español e inclusivo andaluz:

- **Primer Nivel (Diseño Curricular Base):** Normativa estatal y autonómica prescriptiva (Reales Decretos de Título y Órdenes de Currículo) que fijan los objetivos, contenidos y criterios de evaluación mínimos.
- **Segundo Nivel (Proyecto Educativo de Centro y PD):** Documentos de centro (PEC) y la presente Programación Didáctica del departamento de Comercio y Marketing, adaptando las directrices normativas al IES Huerta Alta.
- **Tercer Nivel (Programación de Unidades de Trabajo):** Planificación operativa del docente en el aula mediante las Unidades de Trabajo (UT), estructurando actividades, metodologías y recursos cotidianos.

1.2. 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.

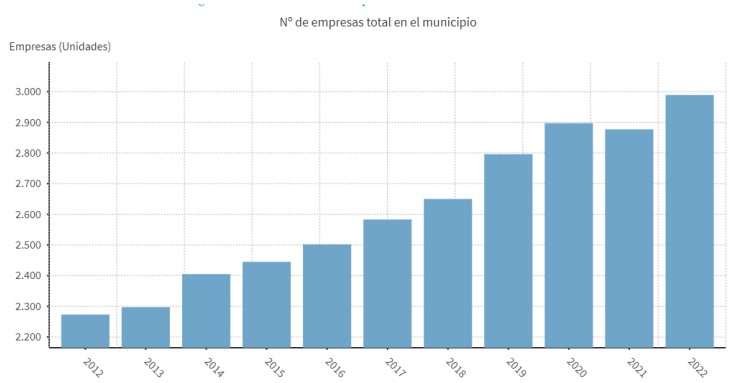
Con respecto a las comunicaciones Alhaurín de la Torre es accesible de las siguientes maneras: por el desvío de la N-340 Málaga-Cádiz: la A-404 dirección a Coín, a través de la autovía Campanillas-Parque Tecnológico sentido Cártama: salida a Churriana. y a través de la hiperronda de Málaga (MA-30), inaugurada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

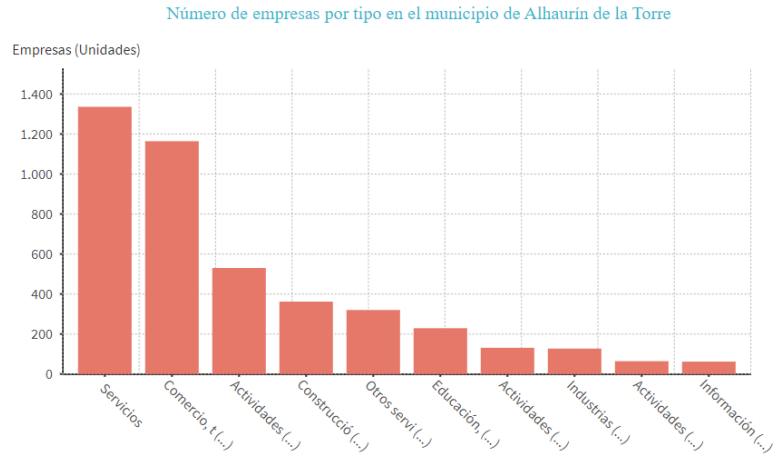
La renta bruta media del municipio ha experimentado crecimientos constantes en los últimos años de manera paralela al crecimiento de la población, siendo la mayor de la comarca del Guadalhorce.

El nivel educativo refleja bajo analafabetismo solo 390 personas según el IAE, y siendo el mayor porcentaje el de personas que tienen la enseñanza secundaría 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



1.3. 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.

1.4. Marco normativo actualizado.

La presente Programación Didáctica se fundamenta y adecúa de manera estricta al siguiente marco legal y normativo vigente para el curso 2026/2027:

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. 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. Ley 17/2007, de 10 de diciembre, de Educación 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 ECD/73/2013, de 23 de enero, por la que se establece el currículo del ciclo formativo de grado medio correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales.
11. Orden de 28 de julio de 2015, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales.
12. 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

13. Decreto 327/2010, de 13 de julio, por el que se aprueba el Reglamento Orgánico de los Institutos de Educación Secundaria
14. Decreto 147/2025, de 17 de septiembre de 2025, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas de los Grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía
15. Orden de 18 de septiembre de 2025, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía
16. Orden de 26 de septiembre de 2025, por la que se regula la fase de formación en empresa u organismo equiparado de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional de la Comunidad Autónoma de Andalucía
17. Instrucciones de 20 de mayo de 2026 de la Dirección General de Formación Profesional y Educación Permanente, por la que se establecen aspectos relativos a la evaluación final del alumnado de las enseñanzas de los grados d y e del sistema de formación profesional para el curso 2025/2026 en los centros docentes de la comunidad autónoma de andalucía.

2.- Objetivos y Competencias

Los objetivos del módulo constituyen la 'Estrella Polar' del proceso formativo, definiendo los logros y capacidades profesionales que el alumnado debe alcanzar para desempeñarse con solvencia técnica en el mercado laboral. Se caracterizan por ser claros, contextualizados, evaluables y orientadores de toda la práctica docente.

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.

Objetivos generales:

La siguiente selección se vincula didácticamente a los RA de AN6564. Se mantienen las letras de los objetivos generales del ciclo recogidos en el artículo 3 de la Orden de 28 de julio de 2015; la vinculación específica a esta optativa es una propuesta de programación.

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.

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.

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.

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.

Competencias profesionales, personales y sociales:

La optativa contribuye a las siguientes competencias del título. Se conservan las letras del artículo 5 del Real Decreto 1688/2011; su selección responde al alcance del módulo y a la coordinación del equipo docente.

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.

h) Realizar la gestión comercial y administrativa del establecimiento comercial, utilizando el hardware y software apropiado para automatizar las tareas y trabajos.

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.

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.

Objetivos formativos concretos del módulo:

1. Definir el público y las palabras clave de un negocio y traducirlos en una estrategia, un mapa de contenidos y un calendario que se ejecute en los plazos previstos.

2. Crear y editar textos, imágenes, audio y vídeo, optimizarlos antes de publicar y difundirlos mediante herramientas y horarios adecuados al canal.

3. Trabajar con responsabilidades compartidas y autonomía creciente, revisando la calidad, la accesibilidad, la autoría y los datos personales de las piezas.

La contribución a las competencias g), h) e i) se centra en la comunicación social, la producción de materiales y la difusión de la campaña; no implica desarrollar en esta optativa todos los componentes de esas competencias.

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

RA1 Diseña y estructura una estrategia de comunicación en redes sociales basada en las necesidades de comunicación de la empresa y las palabras clave que favorezcan la visibilidad en la misma.	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	**CONTENIDOS**
a) Se ha diseñado la estrategia de comunicación en redes sociales, determinando el posicionamiento corporativo deseado, la segmentación del público	- Objetivos de visibilidad, visitas y comunicación de novedades de un comercio.

objetivo y las acciones de dinamización más apropiadas para cada plataforma. b) Se ha realizado un análisis y selección de las palabras clave sobre las que le interesa a la organización posicionar en redes sociales. c) Se ha detectado el público objetivo a partir de su segmentación, determinando sus intereses, perfil, preferencias, motivaciones entre otros factores determinantes. d) Se han creado los documentos corporativos específicos para redes sociales, como el plan de comunicación, el mapa de contenido y el calendario editorial. e) Se ha cumplido el calendario de publicaciones, integrando el contenido de las campañas en marcha dentro de los plazos. establecidos.	- Posicionamiento: propuesta de valor, tono e identidad visual. - Comparación de plataformas por público, formato y finalidad; acciones de dinamización. - Listado de términos a partir de productos, necesidades y ubicación del negocio. - Intención de búsqueda; términos generales, específicos y locales. - Selección de palabras clave y etiquetas pertinentes; incorporación natural al perfil y a las publicaciones. - Segmentación geográfica, demográfica y por hábitos de compra. - Ficha de cliente: intereses, necesidades, motivaciones y contenidos que consulta. - Elección de temas, vocabulario y formatos según el destinatario. - Plan: negocio, objetivos, público, canales, acciones, responsables e indicadores básicos. - Mapa de contenido: tema, subtema, mensaje, formato y finalidad. - Calendario: fecha, hora, canal, pieza, texto, enlace, responsable y estado. - Fechas de elaboración, revisión y publicación de las piezas. - Estados: pendiente, borrador, revisado, programado y publicado. - Control de plazos, incidencias y cambios; registro de la ejecución de la campaña.

RA2 Elabora y publica contenidos en redes sociales para generar tráfico orgánico.	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	**CONTENIDOS**
a) Se han utilizado herramientas de edición de audio y/o video. b) Se han elaborado y publicado en la red documentos de texto, imagen y videos de la organización. c) Se ha optimizado el contenido antes de su publicación. d) Se han identificado gestores de publicación y herramientas de administración de redes que permitan definir el horario de publicación, la	- Guion breve, secuencia y preparación de recursos de grabación. - Recorte y unión de clips; limpieza y ajuste de volumen; música o recursos autorizados. - Títulos, subtítulos, transiciones y exportación; vídeo de producto y pieza de audio promocional. - Redacción comercial: gancho, beneficio, información esencial y llamada a la acción. - Diseño de imagen y carrusel: encuadre, contraste, tipografía y coherencia de marca.

periodicidad de cada tema de difusión y la selección y optimización de contenido (curación). e) Se ha difundido las piezas de contenido en los horarios de publicación para cada canal digital y red social.	- Carga y publicación de textos, imágenes y vídeos; incorporación de enlaces y comprobación del resultado. - Adecuación del formato, dimensiones, duración y legibilidad al canal elegido. - Revisión de ortografía, precios, fechas, enlaces, palabras clave y etiquetas. - Subtítulos, texto alternativo, autoría y datos personales; lista de comprobación previa. - Comparación de dos gestores: canales, programación, calendario, permisos y coste. - Recopilación de fuentes, contraste de fecha y autor, selección y aportación propia. - Configuración del horario y la periodicidad; organización temática de la difusión. - Hábitos de conexión, ubicación del público y franjas horarias. - Programación de las piezas por canal; revisión de zona horaria y fecha. - Comprobación de la difusión efectiva, enlace o captura y registro de incidencias.

RA3. Difunde piezas de contenido en plataformas de redes sociales	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	**CONTENIDOS**
a) Se han difundido las piezas de contenido en los horarios de publicación para cada canal digital y red social.	- Preparación de las publicaciones para su difusión - Adaptación de las piezas a cada canal - Selección de días y horarios de publicación. - Organización del calendario de difusión

Temporalización de los Resultados de Aprendizaje.

RESULTADO DE APRENDIZAJE	1T	2T	2T-Eval final
RA1 Diseña y estructura una estrategia de comunicación en redes sociales basada en las necesidades de comunicación de la empresa y las palabras clave que favorezcan la visibilidad en la misma.	x		
RA2 Elabora y publica contenidos en redes sociales para generar tráfico orgánico.		x	
RA3. Se han difundido las piezas de contenido en los horarios de publicación para cada canal digital y red social.			x RA DUAL

4.- Metodología.

4.1. Enfoque metodológico

La metodología didáctica se inspira en el modelo constructivista y en el aprendizaje significativo. El alumnado es el verdadero protagonista de su aprendizaje, partiendo de sus conocimientos previos y aplicando los saberes teóricos en contextos prácticos que simulan la realidad empresarial.

La metodología responde a un enfoque activo-participativo donde se aprende "haciendo" (learning by doing), combinando la fundamentación teórica sólida con la ejecución práctica adaptada al proceso de aprendizaje y enfocada a la asimilación de los conocimientos y su aplicación práctica.

4.2. Principios Metodológicos aplicados a Comunicación en redes sociales

La práctica docente en este módulo se fundamenta en doce principios metodológicos. Su aplicación se articula en torno a tres pilares: las clases magistrales con explicaciones y demostraciones del profesorado, el trabajo en equipo en el aula y el desarrollo práctico de los contenidos estudiados. Se pretende que el alumnado aprenda a planificar la comunicación de un pequeño comercio, elaborar contenidos adecuados a su público y organizar su difusión en redes sociales.

Desarrollo del pensamiento analítico, crítico y formal: Se promoverá el análisis de perfiles comerciales, publicaciones y campañas para identificar su público, finalidad y coherencia. El alumnado deberá justificar la elección de redes sociales, mensajes, formatos y horarios, distinguiendo entre preferencias personales y decisiones fundamentadas en las necesidades del negocio

Evaluación continua, formal y no formal: Se realizará un seguimiento del proceso mediante la observación del trabajo en el aula, la revisión de las tareas y la comprobación de las producciones individuales y grupales. La retroalimentación permitirá corregir errores y mejorar la estrategia, las piezas creadas y su programación antes de la entrega definitiva.

El aula como espacio de trabajo colaborativo: El aula funcionará como el espacio donde el alumnado asumirá responsabilidades relacionadas con la planificación, la redacción, el diseño, la revisión y la difusión, con rotación de funciones para que todos practiquen las distintas tareas.

Relación con conocimientos previos e interdisciplinariedad: Se partirá de la experiencia cotidiana del alumnado con las redes sociales para avanzar hacia su utilización profesional. Se establecerán conexiones con los aprendizajes del ciclo relacionados con el marketing, las aplicaciones informáticas, el comercio electrónico y la atención al cliente, así como con el Proyecto Intermodular cuando proceda.

Inclusión y respuesta a la diversidad: Se ofrecerán explicaciones secuenciadas, ejemplos resueltos, guías visuales y plantillas que faciliten el acceso a las tareas. Se ajustarán los apoyos y la complejidad de las actividades a los distintos ritmos de aprendizaje, manteniendo los referentes de evaluación establecidos.

Motivación mediante estrategias claras y atractivas: Al comenzar cada unidad se explicará qué se va a aprender, para qué sirve en un comercio y qué producto se espera obtener. Se plantearán situaciones próximas, como comunicar una nueva colección, promocionar un producto o anunciar una actividad del establecimiento.

Cooperación y ayuda entre iguales. Se combinarán actividades individuales con tareas en parejas y pequeños equipos heterogéneos. La revisión entre compañeros permitirá detectar mensajes poco claros, errores de diseño o fallos en el calendario, sin sustituir la responsabilidad individual sobre los aprendizajes.

Conexión con el entorno productivo real: Los contenidos se contextualizarán en establecimientos y pequeñas empresas del entorno. Se analizará cómo sus características, recursos y clientela condicionan la elección de canales, la elaboración de publicaciones y la frecuencia de difusión.

Currículo abierto, flexible y colaborativo: La organización de las actividades podrá ajustarse a las necesidades del grupo, la disponibilidad de recursos y los cambios en las herramientas digitales. Se mantendrá la secuencia de aprendizaje: comprender la estrategia, producir las piezas y preparar y comprobar su difusión.

Autogestión, autoevaluación y coevaluación: El alumnado utilizará listas de comprobación y rúbricas para revisar su trabajo y el de sus compañeros. Se valorarán la coherencia con el público objetivo, la calidad de las piezas y el cumplimiento del calendario, promoviendo propuestas concretas de mejora.

Integración intensiva de las TIC y herramientas digitales: SSe emplearán herramientas de edición, organización y programación para resolver tareas propias del módulo. Se trabajarán la protección de datos, los derechos de imagen, la propiedad intelectual y la accesibilidad. Las prácticas se realizarán mediante cuentas educativas, entornos de prueba o simulaciones, sin exigir el uso de perfiles personales.

Fomento de la expresión escrita: Se practicarán la redacción de textos breves, titulares, descripciones y llamadas a la acción, cuidando la ortografía, la claridad y la adecuación al público. El alumnado recogerá apuntes, decisiones y evidencias en su cuaderno o portfolio y presentará oralmente sus propuestas.

4.3. Estrategias de Enseñanza-Aprendizaje en el aula

Los principios anteriores se concretarán en once estrategias. Con una organización de tres horas semanales, se combinarán la explicación del profesorado, la práctica guiada y el trabajo individual y cooperativo. La duración de cada fase se adaptará a las características de las tareas.

1. Exploración de conocimientos previos. Al inicio de cada unidad se utilizarán preguntas, cuestionarios breves o análisis de publicaciones para conocer las ideas iniciales del alumnado. Se comprobará si distingue entre una cuenta personal y una comercial y si identifica el propósito, el público y la llamada a la acción de una publicación.

2. Explicación docente y demostración práctica. Las clases magistrales introducirán los conceptos y procedimientos esenciales mediante ejemplos cercanos. El profesorado mostrará cómo definir un público objetivo, organizar un calendario, editar una pieza o programar una publicación. Estas explicaciones incluirán preguntas y breves comprobaciones de

comprensión.

3. Aprendizaje mediante la práctica y revisión del error. Tras la explicación, el alumnado aplicará el procedimiento a un supuesto comercial. Los errores se utilizarán para aprender: se revisarán textos demasiado extensos, imágenes poco legibles, enlaces incorrectos o publicaciones programadas fuera del periodo de una promoción.

4. Presentación de casos que despierten la curiosidad. Se compararán publicaciones de comercios y se plantearán problemas concretos: una campaña sin destinatario definido, una oferta cuyo precio no se distingue o un contenido que se publica cuando la promoción ya ha terminado. El alumnado propondrá soluciones justificadas.

5. Desarrollo progresivo de un proyecto práctico. Cada equipo trabajará sobre un comercio real, con la autorización necesaria, o simulado. El proyecto avanzará desde la estrategia de comunicación y el calendario —RA1— hasta la elaboración de contenidos —RA2— y la organización y comprobación de su difusión —RA3—. Se incorporarán tareas individuales para verificar la participación y el aprendizaje de cada estudiante.

6. Indagación sobre el entorno comercial. Se realizarán búsquedas y observaciones de perfiles públicos para identificar prácticas útiles y aspectos mejorables. El alumnado recogerá ejemplos de formatos, mensajes y frecuencias de publicación y explicará cuáles resultan adecuados para su supuesto.

7. Trabajo cooperativo y reuniones de seguimiento. Los equipos distribuirán responsabilidades y celebrarán breves reuniones para revisar avances, resolver dificultades y acordar las siguientes tareas. Se fomentarán la escucha, el cumplimiento de compromisos y la toma de decisiones razonada.

8. Representación visual y comunicación mediante distintos formatos. Se utilizarán mapas de contenidos, calendarios, bocetos y guiones gráficos para organizar las ideas. Se elaborarán textos, imágenes y vídeos breves, comprobando que transmiten un mensaje coherente y se adaptan al canal elegido.

9. Materiales de apoyo en el aula virtual. Google Classroom recogerá esquemas, ejemplos, guías y plantillas que permitan seguir las explicaciones y repasar los procedimientos. Los materiales anticipados facilitarán la preparación de algunas tareas y servirán de apoyo durante la práctica en clase.

10. Preguntas abiertas y defensa oral de las decisiones. El profesorado planteará cuestiones que exijan explicar las propuestas: por qué se elige una red, qué se pretende conseguir con una pieza o cómo se ha decidido su horario. Las presentaciones permitirán comprobar la comprensión y mejorar la expresión oral.

11. Retirada progresiva de los apoyos. Las primeras tareas se realizarán con instrucciones detalladas y modelos. Conforme avance el curso, el alumnado deberá seleccionar recursos, organizar el trabajo y resolver incidencias con mayor autonomía, manteniendo la orientación

del profesorado.

4.4. Tipos de actividades

Las actividades se organizarán para que el alumnado avance desde la comprensión de los conceptos hasta su aplicación en una campaña de comunicación comercial. Se combinarán tareas individuales y grupales y se explicarán previamente sus objetivos, las evidencias que deben entregarse y los criterios de evaluación relacionados.

A) Actividades de introducción y motivación

Se realizarán al comienzo de las unidades para activar conocimientos previos y despertar el interés. Se utilizarán actividades como comparar dos perfiles comerciales, identificar a quién se dirige una publicación, detectar errores en una promoción o debatir qué contenidos resultarían útiles para la clientela de una tienda. También se presentará el reto práctico de la unidad y el producto final esperado.

B) Actividades de desarrollo o productivas

Constituirán el núcleo del trabajo de cada unidad y se organizarán de la siguiente manera:

- **Descubrimiento dirigido:** análisis de ejemplos con la ayuda del profesorado para reconocer públicos, objetivos, palabras clave, formatos y horarios. Se utilizarán guías y materiales seleccionados para el módulo.
- **Aplicación práctica:** elaboración de la ficha del público objetivo, selección de palabras clave, diseño del mapa de contenidos, redacción de publicaciones, edición de imágenes y vídeos y preparación del calendario de difusión.
- **Consolidación:** revisión de los aprendizajes anteriores en cada nueva tarea. Por ejemplo, al crear una pieza se comprobará su relación con el público definido; al programarla, se revisará su adecuación al calendario.
- **Investigación:** estudio de la comunicación de comercios del entorno y comparación razonada de herramientas de edición y programación.
- **Tratamiento de elementos transversales:** revisión del lenguaje inclusivo, la accesibilidad, la veracidad de las ofertas y el uso autorizado de imágenes y música.
- **Gestión de la información:** búsqueda, selección y contraste de fuentes; organización de archivos; identificación de versiones y registro de los recursos utilizados.
- **Difusión y comprobación:** programación o simulación de publicaciones, verificación de fechas y horarios y registro de incidencias y soluciones.

C) Actividades interdisciplinares

Se podrán coordinar tareas con otros módulos del ciclo para aplicar aprendizajes relacionados. Por ejemplo, una propuesta comercial podrá transformarse en una campaña en redes sociales, empleando herramientas informáticas para crear las piezas y conocimientos de marketing para definir el público.

Cuando proceda, estas producciones contribuirán al Proyecto Intermodular mediante un calendario editorial, una colección de contenidos y un registro de difusión. Además, se

trabajará con proyectos desarrollados en el centro como con el quisco “Dulce Pausa” que algunos de los alumnos/as de este curso están implicados en su desarrollo junto a la profesora de IP, por lo que desde este módulo se promoverán pequeñas tareas y retos para trabajar la imagen de marca en redes sociales.

D) Actividades de ampliación y profundización

Se propondrán al alumnado que alcance con solvencia los aprendizajes previstos. Podrán consistir en adaptar una campaña a un segundo público, crear versiones alternativas de una pieza, incorporar subtítulos o comparar dos opciones de programación.

Estas actividades profundizarán en los aprendizajes del módulo y no sustituirán las tareas necesarias para acreditar los criterios de evaluación.

E) Actividades de refuerzo

Se dirigirán al alumnado que necesite apoyo para comprender o aplicar determinados contenidos. Se utilizarán modelos parcialmente resueltos, calendarios simplificados, plantillas de redacción, listas de comprobación y demostraciones adicionales.

Se podrán realizar tareas breves, como corregir una publicación, completar una ficha de público objetivo o programar una única pieza siguiendo una guía, avanzando progresivamente hacia una mayor autonomía.

F) Actividades de evaluación

Permitirán recoger evidencias del progreso y del grado de consecución de los aprendizajes. Entre ellas se incluirán:

- Presentación de la estrategia, las palabras clave y el calendario de contenidos, vinculados al RA1.
- Elaboración y revisión de textos, imágenes y vídeos, vinculados al RA2.
- Programación, comprobación y registro de la difusión, vinculados al desarrollo del RA3 de la ficha de referencia.
- Resolución individual de supuestos y defensa oral de las decisiones adoptadas.

Se combinarán la observación, las producciones prácticas, el portfolio y las comprobaciones individuales. Google Classroom facilitará la comunicación de instrucciones, plazos y retroalimentación. En las tareas grupales se recogerán evidencias de la aportación y el aprendizaje de cada integrante.

G) Actividades de recuperación

Se diseñarán a partir de los criterios de evaluación no superados. El alumnado recibirá indicaciones sobre las dificultades detectadas y las tareas necesarias para acreditar su mejora.

Según los aprendizajes pendientes, se podrá solicitar la reformulación de una estrategia, la corrección de una pieza o la programación y comprobación de una publicación. Se combinarán actividades de preparación con una comprobación individual de los aprendizajes, conforme a los procedimientos establecidos por el centro.

H) Actividades vinculadas al entorno empresarial

Se plantearán supuestos y proyectos relacionados con necesidades habituales de pequeños comercios: comunicar una novedad, promocionar un producto o difundir una campaña estacional.

Si la optativa se incorpora al plan de formación en empresa, las actividades se concretarán previamente en dicho plan y podrán incluir la preparación de piezas, la actualización del calendario y la comprobación de publicaciones, siempre bajo supervisión y con las autorizaciones correspondientes. Su seguimiento se coordinará entre las tutorías del centro y de la empresa.

Cuando no exista esa participación, las actividades se desarrollarán en el aula mediante simulaciones profesionales, cuentas de prácticas y documentación equivalente.

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

UNIDAD	HORAS	TRIMESTRE	RA Y CEs
UT1. Estrategia de comunicación en RRSS	25 horas duales	**Primer trimestre**	1. a, b, c,
UT2. Creación de documentos corporativos en RRSS	25 horas duales	**Primer trimestre**	1. d, e
UT3. Creación y publicación de contenidos	20 horas	**Segundo trimestre**	2. a, b
UT4. Optimización de contenidos y plataformas	20 horas	**Segundo trimestre**	2. c, d, e
UT5. Difusión de contenidos en distintos canales	15 horas	**Evaluación final**	3. a
TOTAL HORAS	105 horas		

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

Dentro del marco legal de la Orden de 18 de septiembre de 2025, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía, se evaluará cada uno de los siguientes resultados de aprendizaje mediante las evidencias descritas en las siguientes tablas, atendiendo a lo siguientes **procedimientos, técnicas e instrumentos de evaluación:**
La evaluación del módulo se llevará a cabo mediante procedimientos, técnicas e instrumentos variados, flexibles, accesibles y adaptados a las características del alumnado, asegurando una valoración continua y global del grado de consecución de los resultados de aprendizaje y de los criterios de evaluación asociados.

Para cada criterio de evaluación se aplicarán distintos instrumentos que permitan observar el progreso competencial del alumnado desde diferentes perspectivas.

Procedimientos de evaluación:

- Observación sistemática del desempeño del alumnado en actividades individuales y grupales.
- Valoración continua de los trabajos, proyectos y tareas realizadas en el aula o en entornos simulados.
- Revisión y análisis de evidencias de aprendizaje (portafolios, informes, presentaciones, productos finales, pruebas prácticas…).
- Autoevaluación y coevaluación como estrategias de reflexión y mejora del propio proceso de aprendizaje.

Técnicas de evaluación:

- Observación directa y registro de actitudes, destrezas y comportamientos.
- Análisis de producciones escritas y digitales.
- Resolución de casos prácticos y situaciones simuladas.
- Entrevistas o tutorías individualizadas para recoger información cualitativa del proceso.

Instrumentos de evaluación:

- Rúbricas específicas para cada resultado de aprendizaje.
- Listas de cotejo (checklists) para el control del progreso.
- Portafolio de evidencias.
- Guía de corrección
- Cuaderno del profesor/a como registro de observaciones y calificaciones parciales.

Estos instrumentos se seleccionarán de forma coherente con las actividades de enseñanza-aprendizaje y permitirán la recogida de información válida y fiable, garantizando la accesibilidad para todo el alumnado y la posibilidad de ajustes metodológicos según sus necesidades.

RA1 Diseña y estructura una estrategia de comunicación en redes sociales basada en las necesidades de comunicación de la empresa y las palabras clave que favorezcan la visibilidad en la misma. Peso 45%				
Criterio de evaluación	**Procedimiento**	**Técnica**	**Instrumento**	**Peso 45%**
a) Se ha diseñado la estrategia de comunicación en redes sociales, determinando el posicionamiento corporativo deseado, la segmentación del público objetivo y las acciones de dinamización más apropiadas para cada plataforma. b) Se ha realizado un análisis y selección de las palabras clave sobre las que le interesa a la organización posicionar en redes sociales. c) Se ha detectado el público objetivo a partir de su segmentación, determinando sus intereses, perfil, preferencias, motivaciones entre otros factores determinantes. d) Se han creado los documentos corporativos específicos para redes sociales, como el plan de comunicación, el mapa de contenido y el calendario editorial. e) Se ha cumplido el calendario de publicaciones, integrando el contenido de las campañas en marcha dentro de los plazos establecidos.	Casos prácticos	Análisis de producciones	Rúbrica analítica	45%

RA2 Elabora y publica contenidos en redes sociales para generar tráfico orgánico. Peso 45%				
Criterio de evaluación	**Procedimiento**	**Técnica**	**Instrumento**	**Peso 45%**
a) Se han utilizado herramientas de edición de audio y/o video. b) Se han elaborado y publicado en la red documentos de texto, imagen y videos de la organización. c) Se ha optimizado el contenido antes de su publicación. d) Se han identificado gestores de publicación y herramientas de administración de redes que permitan definir el horario de publicación, la periodicidad de cada tema de difusión y la selección y optimización de contenido (curación). e) Se ha difundido las piezas de contenido en los horarios de publicación para cada canal digital y red social.	Casos prácticos	Análisis de producciones	Rúbrica analítica	45%

RA3 Se ha difundido las piezas de contenido en los horarios de publicación para cada canal digital y red social. Peso FFEOE 10%				
Criterio de evaluación	**Procedimiento**	**Técnica**	**Instrumento**	**Peso 10%**

a) Se ha difundido las piezas de contenido en los horarios de publicación para cada canal digital y red social.	Observación en el centro de trabajo	Observación directa y valoración desempeño profesional	Rúbrica tutoría legal de la empresa	10%

PROCESO DE EVALUACIÓN EN LOS CICLOS FORMATIVOS DE GRADO D Y E

Todos los módulos de los ciclos formativos se rigen por la Orden de 18 de septiembre de 2025, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

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:

- La superación de cualquier módulo profesional requiere la evaluación positiva de todos los resultados de aprendizaje (RA) que lo componen, sean o no formación en la empresa.En consecuencia, la calificación final del módulo será positiva únicamente cuando el alumno o alumna haya alcanzado de forma satisfactoria todos los RA, conforme a los criterios de evaluación establecidos para cada uno de ellos. Esto incluye también al módulo de proyecto intermodular
- Se necesitará obtener como mínimo una puntuación de **5 puntos, utilizando una evaluación criterial para aprobar cada una de ellas**
- 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.
- 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. Esto incluye el uso de la IA, internet o dispositivos móviles cuando no haya sido aprobado su uso por el docente, este utilizará los instrumentos correspondientes para garantizar que se realizó tal uso indebido.
- Para superar el módulo se han de aprobar todas las pruebas teórico-prácticas.

- 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 contínua: En virtud de lo establecido del artículo 27.5 y 27.6 del Decreto 147/2025, de 17 de septiembre, la evaluación continua de los aprendizajes requerirá la asistencia regular y obligatoria, tanto en el centro docente como en la fase de formación en empresa u organismo equiparado, de al menos el 80 por ciento de la duración total del módulo, ámbito o proyecto, a partir de la fecha en la que el alumnado se haya matriculado, teniendo que superar en junio todos los RA y criterios de evaluación de dicho módulo en el que se ha perdido la evaluación continua.

D) Baja de oficio: De conformidad con lo dispuesto en el artículo 26.5 del Decreto 147/2025, de 17 de septiembre, los centros docentes sostenidos con fondos públicos iniciarán el procedimiento de anulación de oficio de la matrícula en las ofertas formativas de grados D o E si, una vez iniciadas las actividades lectivas y transcurridos cinco días hábiles, se observase la no incorporación o la inasistencia injustificada y reiterada del alumnado a las mismas. Dicho procedimiento podrá incoarse hasta el 15 de noviembre de cada año. Asimismo, a partir del 15 de noviembre podrá procederse igualmente a la anulación de oficio de la matrícula en aquellos casos en que el alumnado acumule un mínimo de cuarenta y cinco días hábiles de inasistencia injustificada en el conjunto de los módulos en que estuviera matriculado.

E) 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 de los módulos profesionales correspondientes además del que consta en 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 la formación en empresa de este módulo es la siguiente, siendo la actividad destinada :

Ítem (describe detalladamente)	CEV	% RA	No se ha realizado	No sabe hacerlo	Sabe hacerlo con ayuda	Sabe hacerlo de manera autónoma	Sabe hacerlo de manera autónoma y es capaz de ayudar a otros
			☐	☐	☐	☐	☐
El alumnado apoya la estrategia de la empresa en redes sociales, teniendo en cuenta las plataformas digitales, así como los objetivos y el Público Objetivo de la misma	a	5%	☐	☐	☐	☐	☐
El alumnado apoya a la empresa en la difusión de piezas de contenido en redes sociales, siguiendo el calendario establecido por la empresa	a	5%	☐	☐	☐	☐	☐

Para llevar a cabo la valoración con esta rúbrica se propone al centro de trabajo que el alumnado en prácticas pueda apoyar y desarrollar la estrategia en redes sociales de la empresa, difundiendo piezas de contenido para desarrollar la estrategia de la empresa en redes sociales.

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, si el trabajo es en grupo, 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.

Proceso de evaluación de los RA en formación en empresa

La persona que ejerza la tutoría dual en la empresa registrará la evolución del alumnado respecto a los RA y criterios de evaluación aplicables en el módulo correspondiente. Esta valoración se realizará mediante instrumentos específicos: rúbricas cualitativas como el ejemplo que acabamos de ver.

La información recogida por el tutor de empresa se trasladará al profesor responsable del módulo para integrarla en el procedimiento global de evaluación, complementando la evaluación realizada en el centro educativo.

La calificación final del módulo tendrá en cuenta, de manera parcial y ponderada, la valoración realizada por el tutor dual de empresa, asegurando que la experiencia práctica forme parte del proceso de calificación.

La coordinación entre tutor de empresa y profesor del centro será continua, mediante informes periódicos, reuniones y diarios de prácticas y asistencia del alumnado.

El responsable último de la calificación numérica recibida en el RA de empresa es el profesor responsable del módulo.

Recuperación de los RA no superados en la fase de formación en empresa

En caso de que algún alumno/a no pueda desarrollar alguno de los resultados de aprendizaje previstos en su plan de formación individual o no los supere en el centro de trabajo (durante la fase de formación en empresa u organismo equiparado), tendrá que desarrollar un proyecto entregable consistente en la elaboración de un argumentario de ventas correctamente estructurado y justificado.

El profesor facilitará el material teórico y las explicaciones necesarias para que pueda desarrollarlo entre las evaluaciones final primera y final segunda (junio) en caso de no haber sido superado dicho RA, siendo el instrumento empleado para evaluarlo una rúbrica, este proyecto tendrá que tener una nota igual o superior al cinco para poder superar el RA vinculado a la fase de formación en empresa, en caso contrario ni el RA ni el módulo finalmente quedarían superados, estando suspenso o suspensa en la segunda evaluación final y definitiva del curso.

Este procedimiento también tendrá lugar si el tutor dual de empresa nos manifiesta en sus rúbricas de evaluación que no se ha desarrollado dicho RA en empresa, en este caso el alumnado no tendrá que esperar al mes de junio para poder desarrollar el proyecto, pudiendo entregarlo antes de la primera evaluación final

Instrumentos de evaluación para alumnado con pérdida de evaluación continua

Para el alumnado que no haya superado la evaluación continua se establecerá un periodo de recuperación individualizado entre la evaluación inicial final primera y segunda, estructurado en dos semanas, si bien también puede presentarse a la convocatoria antes de la primera evaluación final (entregas y pruebas correspondientes a toda la materia) siempre que lo solicite por adelantado y en tiempo y forma, en caso de no aprobar pasaría a tener otra oportunidad en la segunda evaluación final.

Con respecto al periodo de recuperación individualizado entre la evaluación inicial final primera y segunda:

Cada semana se centrará en temas específicos, incluyendo la realización de ejercicios prácticos y dudas y explicaciones de las entregas de proyectos

Los instrumentos seleccionados permitirán valorar de manera objetiva la adquisición de los RA no alcanzados por la pérdida de la evaluación continua. Entre ellos se incluyen:

- Pruebas escritas y prácticas correspondientes a los temas de cada semana
- Entrega de trabajos o ejercicios desarrollados durante la recuperación, con criterios de corrección previamente definidos
- Rúbricas para la valoración de competencias y procedimientos aplicados en cada actividad y guias de corrección de pruebas teórica-prácticas.
- Cuaderno de seguimiento y registro del progreso del alumnado, anotando resultados, incidencias y observaciones del docente.

La superación del módulo estará condicionada a que el alumnado supere todas las pruebas y entregas de los temas correspondientes a los dos trimestres, incluidos los RA que van a

empresa, que anteriormente se ha expuesto cómo se recupera.

Periodo entre las evaluaciones final primera y final segunda

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 o para subir calificaciones, o cómo se ha explicado por la pérdida de evaluación continua. Se desarrollaran:

A) Actividades de refuerzo (recuperación de resultados no alcanzados)

Estas actividades estarán dirigidas al alumnado que no haya alcanzado de forma satisfactoria alguno de los **c**riterios de evaluación o resultados de aprendizaje (RA) en la evaluación final primera.
Su objetivo es reconducir el proceso de aprendizaje, atendiendo a las dificultades detectadas durante la evaluación continua.

Características:

- Individualizadas o en pequeños grupos, según las necesidades detectadas
- Enfocadas en los RA no superados, con tareas específicas de aplicación práctica.
- Utilización de ejercicios de consolidación
- La superación de estos RA pendientes permitirá la superación del módulo o en caso de no superarse de cara a la segunda evaluación final y definitiva, el alumno/a no superará de manera definitiva el módulo profesional

Ejemplos de actividades de refuerzo:

- Ejercicios prácticos de aplicación de contenidos básicos
- Revisión guiada de errores cometidos en pruebas o tareas anteriores
- Tutorías individualizadas para reforzar competencias específicas
- Actividades en aula virtual

La asistencia en junio a clase para las actividades de refuerzo es obligatoria.

B) Actividades de mejora o ampliación (subir nota o profundizar)

Estas actividades se ofrecen al alumnado que haya alcanzado los resultados de aprendizaje, pero desee **mejorar su calificación**

Características:

- De carácter **voluntario**
- Pueden contribuir a **incrementar la calificación final del módulo**, siempre que se evidencie un nivel de logro superior a los mínimos exigidos.

Ejemplos de actividades de mejora:

- Elaboración de un proyecto complementario o mejora de uno existente
- Desarrollo de una propuesta creativa, campaña o simulación avanzada
- Investigación o análisis de casos reales de empresas del sector

La asistencia del alumnado para subir nota es solo puntual, no todo el mes de junio, por el tiempo necesario para poder demostrar la subida de nota en los RA que previamente le haya comunicado el profesor, deben solicitar por escrito su deseo de subir nota en el módulo profesional.

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

Para este módulo, el grupo-aula consta de 15 alumnos/as, de los cuales tres están repitiendo una y/o dos asignaturas de primer curso de Actividades Comerciales. De esas tres alumnas, una de ellas es alumna de 1º de ACO, pero ha ampliado módulos de 2º curso y tiene la recomendación de presentar un informe para poder tomar medidas NEAE ya que presenta dificultades para seguir explicaciones, realizar actividades o para exponer trabajos.

Mientras tanto, se mantendrá una observación directa, se dará apoyo para la resolución de dudas y posibles dificultades que le puedan surgir.

El resto de estudiantes no presentan ningún tipo de necesidades específicas de apoyo educativo.

7.- Transversalidad.

En el desarrollo de esta programación didáctica del módulo optativo **Comunicación en redes sociales (AN6564)**, de segundo curso de Actividades Comerciales, se fomentará la educación en valores para preparar al alumnado para su incorporación al mundo laboral y su participación responsable en la sociedad digital.

En consonancia con los principios y fines educativos recogidos en los artículos 1 y 2 de la Ley Orgánica 2/2006, de Educación, estos valores se integrarán en la planificación de la estrategia de comunicación, la elaboración de contenidos y su difusión. Se trabajarán mediante las explicaciones del profesorado, el análisis de casos, las tareas cooperativas y el proyecto práctico de comunicación de un pequeño comercio, atendiendo a los siguientes ejes:

- **Educación para la Prevención de Riesgos Laborales (EPRL):** Se concienciará al alumnado sobre los riesgos asociados al trabajo continuado con ordenadores y dispositivos móviles. Se promoverán una postura adecuada, la correcta colocación de la pantalla, una iluminación apropiada y las pausas necesarias para prevenir la fatiga visual y física. Asimismo, se trabajarán la organización de tareas, el reparto equilibrado de responsabilidades y la planificación de publicaciones para evitar sobrecargas y una disponibilidad digital permanente. Estas pautas se aplicarán durante las sesiones de edición y programación de contenidos.
- **Educación para un Consumo Responsable (ECR):** Se fomentará el análisis crítico de la influencia de las redes sociales sobre las decisiones de compra, prestando atención a las promociones, las recomendaciones comerciales y los mensajes que estimulan el consumo impulsivo. El alumnado elaborará publicaciones con información clara y veraz sobre productos, precios y condiciones, evitando falsas expectativas, urgencias artificiales o afirmaciones sin fundamento. Se promoverán campañas que permitan tomar decisiones informadas y pongan en valor la durabilidad, la reparación y el comercio de proximidad.
- **Educación en Hábitos de Lectura y de Mejora de la Expresión Oral y Escrita (EHL):** Se impulsará la lectura comprensiva de publicaciones comerciales, artículos, guías y materiales relacionados con la comunicación digital. Se practicarán la identificación de ideas principales, el contraste de fuentes y la síntesis de información. La elaboración de titulares, descripciones de productos, guiones y llamadas a la acción permitirá mejorar la ortografía, la claridad y la adecuación del lenguaje al público. Las presentaciones de campañas y las reuniones de equipo favorecerán la argumentación, la escucha y el respeto de los turnos de palabra.
- **Educación para un Uso Responsable de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC):** Se promoverá un uso seguro, ético y profesional de las herramientas de creación y difusión. Se trabajarán la protección de datos personales,

los permisos de acceso a las cuentas, el respeto a los derechos de imagen y la utilización de recursos con autorización o licencia adecuada. Antes de publicar, se comprobarán la veracidad de la información y la procedencia de las imágenes, los audios y los vídeos. También se fomentarán el respeto en las interacciones y la revisión crítica de los contenidos generados con inteligencia artificial, evitando suplantaciones y mensajes engañosos. Las prácticas se realizarán en entornos educativos o simulados cuando corresponda.

- **Educación para el Desarrollo Sostenible y la Agenda 2030 (ECS):** Se sensibilizará al alumnado sobre el impacto ambiental de las actividades comerciales y del uso de recursos digitales. Se promoverán el aprovechamiento de los equipos, el ahorro energético, la reducción de impresiones y la organización de archivos para evitar duplicidades innecesarias. En las campañas se podrán abordar el consumo responsable, la reducción de residuos y la reutilización de productos. El alumnado deberá comprobar que las afirmaciones ambientales de sus publicaciones son concretas y verificables, evitando presentar como sostenibles prácticas que no puedan justificarse.
- **Educación para la Igualdad de Oportunidades (EIO):** Se promoverán la igualdad efectiva entre mujeres y hombres y el rechazo de cualquier discriminación por origen, edad, discapacidad, orientación sexual u otras circunstancias personales o sociales. Se analizarán los estereotipos presentes en la publicidad y se elaborarán mensajes e imágenes que representen la diversidad con respeto. La accesibilidad se incorporará mediante textos legibles, contraste adecuado, subtítulos y descripciones alternativas cuando la herramienta lo permita. En el trabajo cooperativo se garantizará una distribución equitativa y rotatoria de las funciones de planificación, diseño, edición y exposición.
- **Educación para el Fomento del Emprendimiento (EFE):** Se potenciarán la iniciativa, la creatividad y la capacidad para detectar necesidades de comunicación de pequeños comercios. El alumnado diseñará propuestas ajustadas a un público, unos objetivos y unos recursos disponibles, organizando las tareas y justificando sus decisiones. El proyecto práctico permitirá experimentar el proceso de preparación de una campaña: analizar el negocio, plantear una estrategia, crear las piezas y organizar su difusión. Se valorarán la responsabilidad, el cumplimiento de compromisos, la resolución de incidencias y la capacidad de revisar las propuestas a partir de los resultados y las observaciones recibidas.

8.- Materiales y recursos didácticos.

Para el desarrollo del módulo optativo **Comunicación en redes sociales (AN6564)**, tanto el profesorado como el alumnado necesitarán disponer de un ordenador con conexión a Internet que permita acceder a Google Classroom, elaborar contenidos digitales y realizar las actividades prácticas. Se utilizarán los equipos disponibles en el centro, incluidos los ordenadores portátiles, organizando su uso según las necesidades de cada sesión.

El módulo no contará con un libro de texto. Las explicaciones y actividades se apoyarán en materiales elaborados o seleccionados por el profesorado y en herramientas digitales relacionadas con la planificación, creación y difusión de contenidos para pequeños comercios.

Los principales materiales y recursos serán los siguientes:

- **Materiales elaborados por el profesorado:** presentaciones, apuntes, esquemas, ejemplos resueltos y guías de trabajo que desarrollarán los contenidos de las unidades. Se facilitarán plantillas para analizar el público objetivo, seleccionar palabras clave, elaborar el plan de comunicación, organizar el calendario editorial y registrar la difusión. Estos materiales se pondrán a disposición del alumnado en Google Classroom.
- **Cuaderno de clase y portfolio de aprendizaje:** el alumnado recogerá de forma ordenada los apuntes, ejercicios, bocetos, decisiones y correcciones realizados durante el curso. El portfolio digital incluirá las evidencias del proyecto: estrategia de comunicación, calendario, textos, diseños, piezas audiovisuales y registro de publicaciones. Ambos recursos facilitarán el estudio, la revisión del trabajo y el seguimiento del progreso.
- **Google Classroom:** se utilizará como espacio de organización del módulo para compartir materiales, comunicar instrucciones y fechas de entrega, recoger tareas y proporcionar retroalimentación. Las actividades incluirán las indicaciones necesarias, los productos que deben entregarse y los referentes para su valoración.
- **Recursos impresos y documentos digitales:** se emplearán artículos, noticias, catálogos, folletos, ejemplos de publicaciones y documentos comerciales que permitan contextualizar las actividades. Se priorizarán los materiales digitales en PDF y otros formatos accesibles, seleccionados por su claridad, actualidad y relación con los contenidos trabajados.
- **Encerado, proyector y pizarra digital:** servirán de apoyo a las explicaciones del profesorado, las demostraciones de herramientas y las exposiciones del alumnado. Permitirán analizar publicaciones, mostrar procedimientos de edición, revisar calendarios y corregir las producciones de forma colectiva.
- **Canva:** se utilizará para elaborar composiciones gráficas, publicaciones, carruseles, historias, presentaciones y piezas audiovisuales sencillas. El alumnado trabajará la selección y adaptación de plantillas, la organización visual, la legibilidad, la coherencia de marca y la adecuación de los diseños al público y al canal. Las tareas se ajustarán a las funciones disponibles en las cuentas utilizadas, sin exigir la contratación de servicios de pago.
- **Plataformas de redes sociales y herramientas de gestión:** se emplearán entornos como Facebook e Instagram, del ecosistema Meta, LinkedIn y otras plataformas que resulten pertinentes para las actividades. Se utilizarán para analizar perfiles comerciales, comparar formatos y preparar publicaciones. Cuando se disponga de acceso y permisos adecuados, se practicarán también la programación y la comprobación de la difusión mediante herramientas como Meta Business Suite. Las actividades podrán realizarse en cuentas educativas, entornos de prueba o mediante simulaciones, sin exigir perfiles personales al alumnado.
- **Material audiovisual y visual:** se utilizarán vídeos explicativos, tutoriales, ejemplos de campañas, fotografías de productos, infografías y piezas comerciales para introducir contenidos y analizar distintas formas de comunicación. También se podrán generar fotografías, grabaciones de voz y vídeos propios para las actividades,

respetando los permisos de imagen y las condiciones de uso de los recursos.

- **Herramientas de trabajo cooperativo:** se emplearán documentos, hojas de cálculo y carpetas compartidas para distribuir responsabilidades, organizar el calendario editorial, revisar las piezas y conservar las evidencias del proyecto. Se establecerán pautas comunes para nombrar archivos, identificar versiones y localizar los materiales.
- **Internet y fuentes de consulta:** se utilizarán buscadores, páginas de comercios, centros de ayuda de las plataformas y bancos de recursos con licencias adecuadas. El alumnado deberá contrastar la información, identificar su procedencia y comprobar las condiciones de utilización de imágenes, música y otros materiales antes de incorporarlos a sus producciones.

La selección de estos recursos se adaptará a la disponibilidad del centro y a las necesidades del alumnado. Su utilización combinará las demostraciones del profesorado, el trabajo cooperativo en el aula y la práctica individual, de manera que cada estudiante pueda desarrollar las tareas de planificación, creación y difusión previstas en el módulo.

9.- Actividades complementarias y extraescolares.

A lo largo del curso se realizarán actividades tanto complementarias como extraescolares relacionadas con la materia del presente módulo.

En la siguiente tabla se recogen algunas de las planteadas al comienzo del curso:

Actividad	Temporización	Lugar	Descripción
Leadingirls	18 noviembre	Polo contenidos digital (Málaga)	Talleres y charlas sobre el uso de IA en la actualidad.
Proyecto “Dulce Pausa”	Todo el curso	IES Huerta ALta	Desarrollo de contenido en redes sociales en Instagram y TikTok.

10.- Aportación del módulo al proyecto intermodular

Para el desarrollo del Proyecto Intermodular de segundo curso de Actividades Comerciales, se propone trabajar desde el módulo optativo de **Comunicación en redes sociales (AN6564)** el siguiente resultado de aprendizaje:

RA1: Diseña y estructura una estrategia de comunicación en redes sociales basada en las necesidades de comunicación de la empresa y las palabras clave que favorezcan la visibilidad en la misma.

Este resultado de aprendizaje permitirá al alumnado diseñar la estrategia de comunicación en redes sociales del negocio planteado en su proyecto empresarial. Para ello, deberá identificar el público objetivo, concretar las necesidades y los objetivos de comunicación, seleccionar los canales adecuados y determinar las palabras clave relacionadas con los productos o servicios que ofrece.

Esta aportación se concretará en un **plan de comunicación en redes sociales**, que incluirá un mapa de contenidos y un calendario editorial con las acciones, los responsables y los plazos previstos. De esta manera, el alumnado podrá justificar cómo pretende dar a conocer su negocio, atraer el interés de sus clientes potenciales y organizar una comunicación coherente con su propuesta comercial y los recursos disponibles.

Asimismo, desarrollará su capacidad crítica para valorar qué redes sociales y acciones resultan adecuadas para su proyecto, fundamentando sus decisiones en las características del negocio y de su clientela. Esta planificación servirá de base para la posterior elaboración y difusión de los contenidos.