

CUADRO RESUMEN DE LA PROGRAMACIÓN – INGLÉS PROFESIONAL

1º CFGS Marketin y publicidad

DEPARTAMENTO: INGLÉS

EL ALUMNADO DEBERÁ CONSEGUIR LOS SIGUIENTES RESULTADOS DE APRENDIZAJE
<p>RA 1: Comprender información, de índole profesional, académica y cotidiana, contenida en todo tipo de discursos orales, emitidos por cualquier medio de comunicación en lengua estándar, interpretando con precisión el contenido del mensaje.</p> <p>RA 2: Comprender mensajes escritos, de naturaleza profesional, académica y cotidiana, de relativa dificultad, analizando de forma comprensiva su contenido.</p> <p>RA 3: Producir mensajes orales claros y bien estructurados, analizando el contenido de la situación y adaptándose al registro lingüístico del interlocutor</p> <p>RA 4: Redactar documentos e informes, propios del sector o de la vida académica y cotidiana, relacionando los recursos lingüísticos con el propósito de los mismos.</p> <p>RA 5: Aplicar actitudes y comportamientos profesionales en situaciones de comunicación, describiendo las relaciones típicas características del país de la lengua extranjera.</p>

LOS TEMAS QUE SE IMPARTEN Y SU SECUENCIACIÓN ES LA SIGUIENTE
<p>1er trimestre : Unidades 1-7 (Who's who in sales / Getting around / Customer service / Taking inventory / Promoting products / Phone contact / Customer complaints)</p> <p>2º trimestre: Unidades 8-14 (In store sales / Balancing the cash register / Booking flights / Stock management / Warehousing / Health and safety / Advertising)</p> <p>3er trimestre: Unidades 14-20 (Telemarketing and sales / Sales and negotiation techniques / E-commerce / New businesses / Applying for a job / Preparing a CV)</p>

ASÍ TRABAJAMOS
<p>Aparte del libro de texto Commerce & sales, fomentaremos todos los elementos que propicien una metodología activa y un adecuado tratamiento de la competencia digital. En ese sentido, los alumnos harán uso de herramientas digitales que permitirán que se ahonde en la competencia digital y en la de aprender a aprender, fomentando el uso de las TIC y su propia autonomía.</p> <p>Asimismo, se utilizará la plataforma Moodle para la realización de diversas tareas.</p> <p>Se intentará utilizar las TIC para fomentar el trabajo grupal y para trabajar con los alumnos con problemas de aprendizaje (Padlet, Liveworksheets, ...)</p> <p>Los instrumentos de evaluación serán diversos, con pruebas escritas que engloben una o varias destrezas, grabaciones de voz, vídeos, pruebas orales, etc, valorando el trabajo del alumnado en el aula y en casa.</p>

ASÍ EVALUAMOS
<p>Calificación:</p> <p>RA 1 : 20%</p>

RA 2 : 20%
RA 3 : 20%
RA 4 : 20%
RA 5 : 20%

La calificación de cada evaluación vendrá dada por las calificaciones obtenidas por cada uno de los RA que se hayan trabajado en las unidades didácticas en los periodos a evaluar.

Para poder tener calificación positiva del RA, tiene que obtener una calificación igual o superior a 5 en cada RA.

El alumnado que supere o iguale la calificación de 5 tras aplicar estas ponderaciones, aprueba el módulo.

Si no se han superado los contenidos del módulo a finales del mes de mayo, se desarrollará la recuperación de los RA pendientes durante el mes de junio.

ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD Y MECANISMOS DE RECUPERACIÓN

Para el alumnado que muestre dificultades de aprendizaje, se adoptarán las medidas apropiadas de atención a la diversidad y se diseñarán los programas de refuerzo del aprendizaje necesarios.



I.E.S. MANUEL DE FALLA
Avda. de Palestina s/n
Puerto Real (Cádiz)

CUADRO RESUMEN DE LA PROGRAMACIÓN

DEPARTAMENTO: COMERCIO Y MARKETING

CICLO: CFGS CFGS MARKETING Y PUBLICIDAD

MÓDULO: ITINERARIO PERSONAL PARA LA EMPLEABILIDAD I

CURSO: 1º

EL ALUMNADO TIENE QUE SABER...

RA1. Distingue las características del sector productivo y define los puestos de trabajo relacionándolos con las competencias profesionales expresadas en el título.

Criterios de evaluación:

- 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.

RA2. Alcanza las competencias necesarias para la obtención del título de Técnico Básico en Prevención de Riesgos Laborales.

Criterios de evaluación:

- 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.
- 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.

RA3 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:

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.

RA4. 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:

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.

RA5. 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:

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. Se ha diseñado el entorno de aprendizaje que permite alcanzar el plan de desarrollo individual.

LOS TEMAS QUE SE IMPARTEN SON...

Bloque de Contenidos:

BLOQUE I: Descubriendo el mundo laboral.

BLOQUE II: Prevención de riesgos laborales.

BLOQUE III: Laboral

BLOQUE IV: El potencial profesional: autoorientación para la inserción profesional.

BLOQUE V: Aprendizaje autónomo

Secuenciación y temporalización aproximada:

Unidad	Número de Horas	Evaluación	RA	Criterio de Evaluación
Unidad 1	10	1º	RA 2	A,b,c
Unidad 2	7	1º	RA 2	a
Unidad 3	8	1º	RA 2	E,f
Unidad 4	10	1º	RA 2	D,g,h
Unidad 5	8	2º	RA3	A,c
Unidad 6	7	2º	RA3	b,
Unidad 7	7	2º	RA3	d
Unidad 8	8	2º	RA3	F,g
Unidad 9	8	3º	RA4	a-k
Unidad 10	8	3º	RA5	a-i
Unidad 11	15	EMPRESA	RA1	A,b,c

ASÍ TRABAJAMOS...	ASÍ EVALUAMOS...
<p>La evaluación será continua, en cuanto estará inmersa en el proceso de enseñanza y aprendizaje de los alumnos. Al término de este proceso habrá una calificación final, que de acuerdo con dicha evaluación continua valorará los resultados conseguidos por los alumnos y alumnas.</p> <ul style="list-style-type: none"> Individualizada, centrándose en las particularidades de cada alumno y alumna y en su evolución. Integradora, para lo cual tiene en cuenta las características del grupo a la hora de seleccionar los criterios de evaluación. Cualitativa, ya que además de los aspectos cognitivos, se evalúan de forma equilibrada los diversos niveles de desarrollo del alumno y alumna. Orientadora, dado que aporta al alumnado la información precisa para mejorar su aprendizaje y adquirir estrategias apropiadas. 	<p>Según establece la Orden de 29 de septiembre de 2010, la evaluación de los aprendizajes del alumnado que cursa ciclos formativos se realizará de acuerdo con los resultados de aprendizaje, los criterios de evaluación y contenidos de cada módulo profesional, así como las competencias profesionales, personales y sociales y los objetivos generales del ciclo formativo asociado a los mismos.</p> <p>Procedimientos, instrumentos y técnicas de evaluación:</p> <p>■ Observación sistemática. Se registrará el desempeño del alumnado en el día a día, a partir de rúbricas basadas en los criterios de evaluación más relacionados con el trabajo en equipo, el procesamiento de información, la reflexión, la participación en debates, etc.</p> <p>■ Tareas en el aula y en casa. Cuestionarios por vía telemática, actividades, y ejercicios, realizados en Canva, Word o Excel... Se entregarán siempre dentro del plazo establecido. Solo se aceptarán tareas fuera de plazo por ausencia del alumno o alumna debidamente justificada. Las tareas no entregadas se calificarán con cero. Se tendrá en cuenta la</p>

organización, presentación, expresión escrita y ortografía, el conocimiento de los procedimientos y conceptos implicados y las soluciones encontradas a las dificultades.

■ **Trabajos e informes.** Monografías, investigaciones, presentaciones orales, elaboración de las presentaciones en Canva... Se tendrá en cuenta la organización, presentación, expresión escrita y ortografía, el conocimiento de los procedimientos y conceptos implicados y las soluciones encontradas a las dificultades, para lo que se utilizará la rúbrica para la evaluación de los mismos.

■ **Pruebas escritas.** Se realizarán, normalmente, al final de cada unidad didáctica. La no asistencia a una prueba escrita supondrá una calificación de cero en dicha prueba. Solo se repetirá una prueba escrita si la falta de asistencia está debidamente justificada, realizándose el mismo día que el alumno o alumna se incorpore a clase. Si se detecta que un alumno o alumna está copiando durante una prueba escrita, esta se calificará automáticamente con un cero.

■ **Rúbrica.** Para aquellos criterios o instrumentos que lo requieran.

Calificación:

Los criterios de calificación se extraerán del currículo establecido en la orden del Ciclo Formativo. Son concreciones que valoran los resultados de aprendizaje y nos permiten evaluar indicadores que miden el conocimiento que ha alcanzado el alumnado evaluado. Un RA se alcanza cuando todos los criterios de evaluación asociados a los mismos demuestran un nivel aceptable de los logros programados y son superados.

En la siguiente tabla mostramos la ponderación dada a cada RA y sus correspondientes criterios:

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	100%	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
RA 1	20%	A,b,c
RA2	20%	a-i
RA3	20%	a-g
RA4	20%	a-k
RA5	20%	a-i

Para obtener la calificación tanto de las

	<p>evaluaciones parciales como de la evaluación final, procedemos ponderando cada criterio de evaluación en función de su mayor o menor contribución a alcanzar el resultado de aprendizaje, de forma que para cada parcial el total de ponderaciones sume el máximo a calificar, esto es el 100% y posteriormente calculemos la calificación multiplicando la nota obtenida a través de cada instrumento por la ponderación de cada criterio de evaluación. Para informar de la calificación pasamos la suma de los criterios de evaluación utilizados a base 10, con independencia del peso del resultado de aprendizaje que se utilizará para el cálculo de la calificación final. La calificación del módulo profesional se expresará en un valor numérico de 1 a 10, sin decimales.</p> <p>Se considerarán positivas las iguales o superiores a 5 y negativas las restantes. La ponderación se establecerá de la siguiente forma:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La evaluación de los criterios mediante los instrumentos: - La suma ponderada de los RA de cada trimestre sumará el 100%. - La suma ponderada de los RA de los tres trimestres debe de sumar el 100% de las calificaciones del módulo. <p>El alumno/a debe superar todos los RA del módulo.</p> <p>Mecanismos de recuperación:</p> <p>Para el alumnado que muestre dificultades de aprendizaje, se adoptarán las medidas apropiadas de atención a la diversidad y se diseñarán los programas de refuerzo del aprendizaje necesarios.</p> <p>Aquellos alumnos que no hayan superado alguno de los RA evaluados, procederán a completar trabajos y actividades que refuercen esos RA y realizarán una recuperación personalizada de los mismos.</p> <p>Las recuperaciones de cada parcial se llevarán a cabo una vez realizada la sesión de evaluación correspondiente.</p> <p>Si el alumno sigue sin recuperar los RA, tras las recuperaciones parciales pertinentes, se le realizará una recuperación personalizada en la evaluación final de junio, que incluirá únicamente los RA no superados durante el curso escolar.</p>
--	--



I.E.S. MANUEL DE FALLA
Avda. de Palestina s/n
Puerto Real (Cádiz)

CUADRO RESUMEN DE LA PROGRAMACIÓN

DEPARTAMENTO: MARKETING Y ECONOMÍA

CICLO: CFGS MARKETING Y PUBLICIDAD

MÓDULO: SOSTENIBILIDAD APLICADA AL
SISTEMA PRODUCTIVO

CURSO: 1º

EL ALUMNADO TIENE QUE SABER...

Los resultados de aprendizaje hacen referencia al conjunto de habilidades, destrezas y conocimientos que el alumnado debe haber interiorizado una vez finalizado el curso. La Orden de 15 de abril de 2014, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico Superior en Marketing y Publicidad, establece los resultados aprendizaje propios del módulo de políticas de marketing:

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.
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.
3. Establece la aplicación de criterios de sostenibilidad en el desempeño profesional y personal, identificando los elementos necesarios.
4. Propón productos y servicios responsables teniendo en cuenta los principios de la economía circular.
5. Realiza actividades sostenibles minimizando el impacto de las mismas en el medio ambiente.
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. Este RA será dualizado (5H.)

El RA 6 será dualizado y, por tanto, impartido y evaluado en el centro de trabajo que al alumno le sea asignado.

LOS TEMAS QUE SE IMPARTEN SON...

Los contenidos se distribuyen en 6 bloques temáticos, coincidiendo con los resultados de aprendizaje. De esta manera, la materia queda organizada de la siguiente manera:

Bloque 1. La sostenibilidad y sus retos. Tiene carácter introductorio y su objetivo es el conocimiento del concepto de sostenibilidad. (UD 1).

Bloque 2. Las metas de la sostenibilidad: los ODS. Se centra en identificar los retos ambientales y sociales y las medidas encaminadas a minimizar los impactos ambientales y sociales. (UD 2)

Bloque 3. Empresa y medio ambiente: los aspectos ASG. Este bloque se centra en la empresa y en el sector de comercio y marketing, en especial el marketing y la publicidad. (UD 3)

Bloque 4. Diseño y producción sostenible. Se centra en cómo hacer un diseño en el sector de comercio y marketing para conseguir que la producción sea sostenible. (UD 4)

Bloque 5. Midiendo la sostenibilidad. Se centra en programas y herramientas de medida de la sostenibilidad en la empresa, así como los distintos tipos de formas de hacer mediciones. (UD 5)

Bloque 6. El plan de sostenibilidad y otros documentos. En este bloque, y paralelamente a lo estudiado en los anteriores, se adquirirá la capacidad necesaria para realizar un adecuado plan de sostenibilidad, el cual se iniciará en la fase de dual, al ser este bloque dualizado en el segundo trimestre. (UD 6)

Secuenciación y temporalización aproximada:

UNIDAD DIDÁCTICA	HORAS	TRIMESTRE	PESO	RA asociados (RD659/2023 de 18 de julio)
UD 1	5	1	17,1%	RA 1
UD 2	5	1	17,1%	RA 2
UD 3	4	2	11,5%	RA 3
UD 4	6	3	22,9%	RA 4
UD 5	5	3	17,1%	RA 5
UD 6	5	2	14,3%	RA 6

ASÍ TRABAJAMOS

Seguiremos una metodología didáctica constructivista que se adapte a los fines de adquisición de capacidades y competencias, a las características del alumno/a y a la naturaleza del Ciclo Formativo para que el alumnado pueda construir su propio aprendizaje y lo ponga en práctica en su vida profesional. Además de una metodología activo-participativa, basada en el protagonismo del alumno/a, procurando que participe en clase, de manera que la labor del docente queda relegada a un mero guía o tutor en el proceso de enseñanza aprendizaje.

Considero que una opción para fortalecer, enriquecer y desarrollar el proceso de enseñanza aprendizaje por competencias es la metodología del Aprendizaje por Proyectos (ApP), la cual es una estrategia que ayuda a los profesores a lograr de una manera didáctica los objetivos planteados en el Plan y programas de estudio. Esta estrategia apoya a los estudiantes para que adquieran conocimientos, mediante la planeación, el desarrollo de estrategias y la solución de problemas; estas actividades son presentadas mediante proyectos que son elaborados con Tecnologías de la Información y la Comunicación; generando habilidades en alumnado y docentes. Debido a la situación sanitaria actual.

Por tanto, considero que el docente debe programar actividades encaminadas a conocer: el grado de maduración del alumnado, sus conocimientos previos y sus actitudes ante el aprendizaje con el fin de conseguir enriquecerlos con nuevos conocimientos.

La diversidad del alumnado y la variedad de contenidos a impartir aconseja utilizar una amplia gama de estrategias didácticas, que combinen las de mayor peso expositivo con aquellas de indagación. El mayor o menor grado de ayuda pedagógica a prestar por el docente, dependerá en gran medida de los conocimientos previos que el alumnado posea respecto al nuevo aprendizaje al que se va a enfrentar y del tipo de contenidos que se va a abordar.

ASÍ EVALUAMOS

La evaluación debe ser un proceso constante para detectar los problemas cuando se produzcan y poder darle respuesta inmediata. Aspecto importante, a tener en cuenta, es que los procesos de aprendizaje son individuales, es decir que cada individuo tiene los suyos y además no son invariables, sino que, en cada momento, debido a circunstancias diferentes, pueden ser modificados.

Respecto al cuándo evaluamos, diferenciamos:

Evaluación inicial: cuando se aplica al comienzo del curso o antes de iniciar una nueva unidad de trabajo o bloque de contenidos. Tiene un carácter diagnosticador y pronosticador.

Evaluación sumativa: cuando se realiza al final de un proceso: curso, trimestre, cuatrimestre, unidad, bloque, etc. También, se conoce como evaluación final.

Evaluación formativa: la que se realiza durante el proceso de aprendizaje, permite ver el progreso en el aprendizaje. Permite un permanente feed-back para el profesor y coincidiría con el concepto de evaluación continua. La importancia de esta evaluación es capital puesto que nos permitirá conocer cuáles son los aspectos que necesitamos reforzar del alumnado para que éste alcance los objetivos propuestos.

Asimismo, nos permitirá conocer que otros objetivos se han alcanzado, esto será comunicado al alumno para que se sienta motivado.

Instrumentos de evaluación.

Para evaluar el grado de consecución de los resultados de aprendizaje del alumnado tendremos que basarnos en los diferentes instrumentos de evaluación, que son técnicas, recursos o procedimientos que se utilizarán para obtener información acerca de todos los factores que intervienen en el proceso formativo con la finalidad de poder llevar a cabo en cada momento la evaluación correspondiente. Básicamente usamos cuatro:

- ☐ Análisis de las realizaciones del alumnado: ejercicios, trabajos individuales, trabajos en equipo. Durante el curso, el alumno realizará varios proyectos en grupo a la vez que irá llevando a cabo actividades individuales durante las unidades y al finalizar cada una de ellas.
- ☐ Análisis de las exposiciones: Los trabajos realizados conllevan una puesta en común con el resto de compañeros.
- ☐ Pruebas específicas escritas, orales, en grupo. Cada Bloque de contenidos irá

<p>El método de enseñanza a seguir será, en primer lugar, realizar una actividad introductoria que active en el alumnado las ideas previas con las que se pretende relacionar el nuevo conocimiento que se va exponer.</p> <p>El siguiente paso será una estrategia receptiva-significativa, es decir, partiendo de la exposición del tema se planteará una dinámica de clase en la que el alumnado planteará sus dudas en base a aspectos concretos del tema.</p> <p>En este clima participativo se formularán preguntas sondeo para comprobar la comprensión de los contenidos y a continuación se plantearán cuestiones a resolver como ejercicios de autocomprobación y supuestos prácticos.</p> <p>Un posible riesgo que puede tener la utilización de este tipo de estrategias es que el alumnado aprenda de forma memorística y repetitiva, por lo que es necesario cerciorarse de que los conocimientos adquiridos por el alumnado se han integrado en su estructura de conocimientos, relacionándolos con los que ya conoce y siendo capaces de transferir y/o utilizarlos en diferentes situaciones. Esta estrategia se puede ver reforzada con esquemas y mapas conceptuales.</p> <p>Como apoyo al proceso de aprendizaje se utilizarán estrategias de indagación intentando enfrentar al alumnado con problemas y cuestiones en los que debe aplicar reflexivamente conceptos, procedimientos y actitudes. Algunas de las técnicas a utilizar serán: resolución de problemas, estudio de casos, investigaciones, debates, etc.</p> <p>Se posibilitará así que el alumnado realice aprendizajes significativos por sí solos, es decir, que sean capaces de aprender a aprender, al ser esta una de las capacidades básicas que debe tener el alumnado para enfrentarse a mercado laboral (necesidad de una continua adaptación a los cambios tecnológicos, a los cambios de funciones o a la inestabilidad en el empleo). Para desarrollar esta capacidad, se diseñarán actividades que la favorezcan como la búsqueda autónoma de información o el análisis autónomo de documentación de forma individual o en grupo.</p> <p>La acción educativa asegurará, además, aprendizajes funcionales, así el aprendizaje</p>	<p>asociado a una prueba en la que el alumno resolverá cuestiones teóricas y prácticas.</p> <p>Todo el alumnado será informado al inicio del curso de los criterios de evaluación, así como de los requisitos mínimos exigibles para obtener una calificación positiva.</p> <p>Durante el curso el alumno debe asumir un compromiso de honestidad y se compromete a no llevar a cabo acciones que puedan mejorar de forma deshonesto los resultados de su evaluación, ni mejorar o perjudicar las puntuaciones de otros estudiantes. Si así lo hiciera el alumno suspendería la evaluación del módulo teniendo que acudir a la convocatoria ordinaria para superarlo.</p> <p>Criterios de calificación.</p> <p>Para obtener las calificaciones tanto de las evaluaciones parciales como de la final, nos regiremos por lo establecido en el artículo 3, punto 3 de la orden de ORDEN de 29 de septiembre de 2010, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía.</p> <p>“Al término del proceso de enseñanza-aprendizaje, el alumnado obtendrá una calificación final para cada uno de los módulos profesionales en que esté matriculado.</p> <p>Para establecer dicha calificación los miembros del equipo docente considerarán el grado y nivel de adquisición de los resultados de aprendizaje establecidos para cada módulo profesional, de acuerdo con sus correspondientes criterios de evaluación y los objetivos generales relacionados, así como de la competencia general y las competencias profesionales, personales y sociales del título, establecidas en el perfil profesional del mismo y sus posibilidades de inserción en el sector profesional y de progreso en los estudios posteriores a los que pueda acceder.”</p> <p>Para la calificación de pruebas y actividades se tendrán en cuenta las siguientes consideraciones:</p> <p>Insuficiente (1, 2, 3, 4)</p> <p>Cuestiones no realizadas.</p> <p>Incomprensión de conceptos básicos.</p> <p>Estrategias erróneas.</p> <p>Suficiente (5)</p> <p>Contenido correcto pero superficial.</p> <p>Estrategias y planteamientos incompletos.</p> <p>Bien (6)</p> <p>Profundización parcial en el tema.</p> <p>Plan parcialmente correcto.</p> <p>Notable (7 y 8)</p> <p>Demostración de conocimiento.</p> <p>Planteamiento correcto.</p>
--	---

<p>toma vida propia y el alumnado puede traducirlo a su propio lenguaje, utilizarlo en otras áreas y aprovechar lo aprendido en situaciones reales de su vida cotidiana para seguir aprendiendo.</p> <p>Por tanto, en cada unidad de trabajo se llevará a cabo un trabajo de aplicación a la realidad, para que el alumnado pueda comprender la aplicación de todo el proceso, así como el análisis de artículos de revistas especializadas que estén relacionados con el tema a tratar.</p> <p>Se pretende que el alumnado se acerque lo máximo a la realidad para que sea capaz de integrar en su futuro profesional los contenidos aprendidos.</p>	<p>Error de transcripción, error de cálculo, respuesta parcial sin concluir el problema.</p> <p>Sobresaliente (9 y 10)</p> <p>Respuestas correctas, profundas, claras y específicas.</p> <p>Comprensión total del problema.</p> <p>El plan conduce a la solución.</p> <p>Se considerarán aptos los alumnos con calificaciones iguales o superiores a cinco puntos en cada uno de los resultados de aprendizaje.</p> <p>En la modalidad presencial, 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.</p>
---	--

Si desea más información puede consultarla en la programación de cada materia disponible en la página web del Centro.



I.E.S. MANUEL DE FALLA
Avda. de Palestina s/n
Puerto Real (Cádiz)

CUADRO RESUMEN DE LA PROGRAMACIÓN

DEPARTAMENTO: MARKETING.

CICLO: CFGS MARKETING Y PUBLICIDAD.

MÓDULO: INVESTIGACIÓN COMERCIAL.

CURSO: 1º.

EL ALUMNADO TIENE QUE SABER...

RA1. Analiza las variables del mercado y del entorno de la empresa u organización, valorando su influencia en la actividad de la empresa y en la aplicación de las diferentes estrategias comerciales.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado las variables del sistema comercial, controlables y no controlables por la empresa, que se han de tener en cuenta para la definición y aplicación de estrategias comerciales.
- b) Se han analizado los efectos de los principales factores del microentorno en la actividad comercial de la organización.
- c) Se ha analizado el impacto de las principales variables del macroentorno en la actividad comercial de la empresa u organización.
- d) Se han identificado las principales organizaciones e instituciones económicas que regulan o influyen en la actividad de los mercados.
- e) Se han analizado las necesidades del consumidor y se han clasificado según la jerarquía o el orden de prioridad en la satisfacción de las mismas.
- f) Se han analizado las fases del proceso de compra del consumidor y las variables internas y externas que influyen en el mismo.
- g) Se han aplicado los principales métodos de segmentación de mercados, utilizando distintos criterios.
- h) Se han definido distintos tipos de estrategias comerciales, aplicando la segmentación del mercado.

RA2. Configura un sistema de información de marketing (SIM) adaptado a las necesidades de información de la empresa, definiendo las fuentes de información, los procedimientos y las técnicas de organización de los datos.

Criterios de evaluación:

- a) Se han determinado las necesidades de información de la empresa para la toma de decisiones de marketing.
- b) Se ha clasificado la información en función de su naturaleza, del origen o procedencia de los datos y de la disponibilidad de los mismos.
- c) Se han caracterizado los subsistemas que integran un SIM, analizando las funciones y objetivos de cada uno de ellos.
- d) Se han identificado los datos que son procesados y organizados por un sistema de información de marketing.
- e) Se han analizado las características de idoneidad que debe poseer un SIM, su tamaño, finalidad y objetivos, en función de las necesidades de información de la empresa u organización.
- f) Se han clasificado los datos según la fuente de información de la que proceden.
- g) Se han aplicado técnicas estadísticas para el tratamiento, análisis y organización de los datos, y para transformarlos en información útil para la toma de decisiones de la empresa u organización.
- h) Se han utilizado herramientas informáticas para el tratamiento, registro e incorporación de la información a la base de datos de la empresa, así como su actualización permanente, de forma que pueda ser utilizada y consultada de manera ágil y rápida.

RA3 Elabora el plan de la investigación comercial, definiendo los objetivos y finalidad del estudio, las fuentes de información y los métodos y técnicas aplicables para la obtención, tratamiento y análisis de los datos.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha establecido la necesidad de realizar un estudio de investigación comercial.
- b) Se han identificado las fases de un proceso de investigación comercial.

- c) Se ha identificado y definido el problema o la oportunidad que se presenta en la empresa y que se pretende investigar.
- d) Se ha establecido el propósito de la investigación que hay que realizar, determinando la necesidad de información, el tiempo disponible para la investigación y el destino o persona que va a utilizar los resultados de la investigación.
- e) Se han formulado de forma clara y concreta los objetivos generales y específicos de la investigación, expresándolos como cuestiones que hay que investigar o hipótesis que se van a contrastar.
- f) Se ha determinado el diseño o tipo de investigación que hay que realizar, exploratoria, descriptiva o causal, en función de los objetivos que se pretenden.
- g) Se ha elaborado el plan de la investigación, estableciendo el tipo de estudio que hay que realizar, la información que hay que obtener, las fuentes de datos, los instrumentos para la obtención de la información, las técnicas para el análisis de los datos y el presupuesto necesario.
- h) Se han identificado las fuentes de información, primarias y secundarias, internas y externas, que pueden facilitar la información necesaria para la investigación, atendiendo a criterios de fiabilidad, representatividad y coste.

RA4. Organiza la información secundaria disponible, de acuerdo con las especificaciones y criterios establecidos en el plan de investigación, valorando la suficiencia de los datos respecto a los objetivos de la investigación.

Criterios de evaluación:

- a) Se han seleccionado los datos de las fuentes de información online y offline, de los sistemas de información de mercados y bases de datos internas y externas, de acuerdo con los criterios, plazos y presupuesto establecidos en el plan de investigación comercial.
- b) Se han establecido procedimientos de control para asegurar la fiabilidad y representatividad de los datos obtenidos de las fuentes secundarias y rechazar aquellos que no cumplan los estándares de calidad, actualidad y seguridad definidos.
- c) Se ha clasificado y organizado la información obtenida de las fuentes secundarias, presentándola de forma ordenada para su utilización en la investigación, en el diseño del trabajo de campo o en la posterior fase de análisis de datos.
- d) Se ha analizado la información disponible, tanto cuantitativamente, para determinar si es suficiente para desarrollar la investigación, como cualitativamente, aplicando criterios utilidad, fiabilidad y representatividad, para evaluar su adecuación al objeto de estudio.
- e) Se han detectado las necesidades de completar la información obtenida con la información primaria, comparando el grado de satisfacción de los objetivos planteados en el plan de investigación con la información obtenida de fuentes secundarias.
- f) Se ha procesado y archivado la información, los resultados y las conclusiones obtenidas, utilizando los procedimientos establecidos, para su posterior recuperación y consulta, de forma que se garantice su integridad y actualización permanente.

RA5. Obtiene información primaria de acuerdo con las especificaciones y criterios establecidos en el plan de investigación, aplicando procedimientos y técnicas de investigación cualitativa y/o cuantitativa para la obtención de datos.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado las técnicas y procedimientos para la obtención de información primaria en estudios comerciales y de opinión, de acuerdo con los objetivos establecidos en el plan de investigación comercial.
- b) Se han definido los parámetros esenciales para juzgar la fiabilidad y la relación coste-beneficio de los métodos de recogida de información de fuentes primarias.
- c) Se han determinado los instrumentos necesarios para obtener información cualitativa, mediante entrevistas en profundidad, dinámica de grupos, técnicas proyectivas, técnicas de creatividad y/o mediante la observación, definiendo su estructura y contenido.
- d) Se han diferenciado los distintos tipos de encuestas ad hoc para la obtención de datos primarios, analizando las ventajas e inconvenientes de la encuesta personal, por correo, por teléfono o a través de Internet.
- e) Se han descrito las ventajas de la utilización de medios informáticos, tanto en encuestas personales, como telefónicas o a través de la web (CAPI, MCAPI, CATI y CAWI).
- f) Se ha seleccionado la técnica y el procedimiento de recogida de datos más adecuado a partir de unos objetivos de investigación, tiempo y presupuesto determinados.
- g) Se han diseñado los cuestionarios y la guía de la entrevista o encuesta, necesarios para obtener la información, de acuerdo con las instrucciones recibidas, comprobando la redacción, comprensibilidad y coherencia de las preguntas, la

extensión del cuestionario y la duración de la entrevista, utilizando las aplicaciones informáticas adecuadas.

h) Se han descrito los paneles como instrumentos de recogida de información primaria cuantitativa, analizando diferentes tipos de paneles de consumidores, paneles de detallistas y paneles de audiencias.

RA6. Determina las características y el tamaño de la muestra de la población objeto de la investigación, aplicando técnicas de muestreo para la selección de la misma.

Criterios de evaluación:

a) Se han identificado las distintas variables que influyen en el cálculo del tamaño de la muestra en un estudio comercial.

b) Se han caracterizado los distintos métodos y técnicas de muestreo, probabilístico y no probabilístico, aplicables para la selección de una muestra representativa de la población en una investigación comercial, analizando sus ventajas e inconvenientes.

c) Se han analizado comparativamente las técnicas de muestreo probabilístico y no probabilístico, señalando sus ventajas e inconvenientes.

d) Se ha descrito el proceso de desarrollo del muestreo aleatorio simple, analizando sus ventajas y las limitaciones que conlleva.

e) Se ha descrito el proceso de muestreo, aplicando las diferentes técnicas de muestreo probabilístico, sistemático, estratificado, por conglomerados o por áreas, polietápico y por ruta aleatoria, analizando las ventajas e inconvenientes.

f) Se ha analizado el proceso de muestreo, aplicando diferentes técnicas de muestreo no probabilístico, por conveniencia, por juicios, por cuotas y bola de nieve.

g) Se ha calculado el tamaño óptimo de la muestra, las características y elementos que la componen y el procedimiento aplicable para la obtención de la misma.

RA7. Realiza el tratamiento y análisis de los datos obtenidos y elabora informes con las conclusiones, aplicando técnicas de análisis estadístico y herramientas informáticas.

Criterios de evaluación:

a) Se han codificado, tabulado y representado gráficamente los datos obtenidos en la investigación comercial, de acuerdo con las especificaciones recibidas.

b) Se han calculado las medidas estadísticas de tendencia central y de dispersión de datos más significativas y las medidas que representan la forma de la distribución.

c) Se han aplicado técnicas de inferencia estadística, para extrapolar los resultados obtenidos en la muestra a la totalidad de la población con un determinado grado de confianza y admitiendo un determinado nivel de error muestral.

d) Se han determinado los intervalos de confianza y los errores de muestreo.

e) Se han utilizado hojas de cálculo para el análisis de los datos y el cálculo de las medidas estadísticas.

f) Se han obtenido conclusiones relevantes a partir del análisis de la información obtenida de la investigación comercial realizada.

g) Se han presentado los datos obtenidos en la investigación, convenientemente organizados, en forma de tablas estadísticas y acompañados de las representaciones gráficas más adecuadas.

h) Se han elaborado informes con los resultados obtenidos del análisis estadístico y las conclusiones de la investigación, utilizando herramientas informáticas.

i) Se han incorporado los datos y resultados de la investigación a una base de datos en el formato más adecuado para la introducción, recuperación y presentación de la información con rapidez y precisión.

RA8. Gestiona bases de datos relacionales, de acuerdo con los objetivos de la investigación, determinando los formatos más adecuados para la introducción, recuperación y presentación de la información con rapidez y precisión.

Criterios de evaluación:

a) Se han identificado los diferentes elementos que conforman una base de datos, sus características y utilidades aplicables a la investigación comercial.

b) Se ha diseñado una base de datos, relacionales de acuerdo con los objetivos de la investigación comercial.

c) Se han identificado los diferentes tipos de consultas disponibles en una base de datos, analizando la funcionalidad de cada uno de ellos.

d) Se han realizado búsquedas avanzadas de datos y diferentes tipos de consultas de información dirigidas.

e) Se han manejado las utilidades de una aplicación informática de gestión de bases de datos para consultar, procesar, editar, archivar y mantener la seguridad, integridad y confidencialidad de la información.

f) Se han diseñado diferentes formatos de presentación de la información, utilizando las herramientas disponibles.

- g) Se han identificado los datos que es necesario presentar, determinando los archivos que los contienen o creando los archivos que debieran contenerlos.
- h) Se han creado los informes o etiquetas necesarias, presentando la información solicitada de forma ordenada y sintética en los formatos adecuados a su funcionalidad.
- i) Se han creado los formularios acordes necesarios para la introducción de datos de forma personalizada o utilizando herramientas de creación automatizada.

LOS TEMAS QUE SE IMPARTEN SON...

Bloque de Contenidos:

1. Análisis de las variables del mercado en el entorno de la empresa.
2. Estudio del comportamiento del consumidor y segmentación de los mercados.
3. Configuración de un sistema de información de marketing.
4. Elaboración del plan de la investigación comercial.
5. Organización de la información secundaria disponible.
6. Obtención de información primaria. Técnicas cualitativas.
7. Obtención de información primaria. Técnicas cuantitativas.
8. Determinación de las características y tamaño de la muestra de una población.
9. Tratamiento estadístico de los datos en el desarrollo de una investigación comercial.
10. Técnicas de análisis estadístico de datos cuantitativos.
11. Gestión de bases de datos relacionales.

Secuenciación y temporalización aproximada:

UNIDADES	CARGA LECTIVA	N.º HORAS	EVALUACIÓN	UNIDADES	RA	CRITERIOS
UD 1	10 %	16	1ª	UD 1	1	A, B, C, D
UD 2	10 %	16	1ª	UD 2	1	E, F, G, H
UD 3	5 %	8	1ª	UD 3	2	A, B, C, D, E, F, G, H
UD 4	5 %	8	2ª	UD 4	3	A, B, C, D, E, F, G, H
UD 5	5 %	8	2ª	UD 5	4	A, B, C, D, E, F
UD 6	10 %	16	2ª	UD 6	5	A, B, C, F
UD 7	10 %	16	2ª	UD 7	5	A, B, D, E, F, G, H
UD 8	15 %	24	3ª	UD 8	6	A, B, C, D, E, F, G
UD 9	5 %	8	3ª	UD 9	7	A, B, C, D
UD 10	15 %	24	3ª	UD 10	7	E, F, G, H, I, J
UD 11	10 %	16	2ª	UD 11	8	A, B, C, D, E, F, G, H, I
DURACIÓN		160				

ASÍ TRABAJAMOS...	ASÍ EVALUAMOS...																				
<div><div>■ Metodología mixta. Exposición del docente favoreciendo la interacción profesor – alumno y la participación del mismo.</div><div>■ Presentación de informes escritos y orales, haciendo uso de las TIC, de los temas que se le planteen.</div><div>■ Resolución de problemas tanto en clase como tarea para casa.</div><div>■ Curso paralelo en plataforma Moodle donde se compartirán:</div><div><div>○ Apuntes de teoría por cada tema.</div><div>○ Hojas con cuestiones y problemas.</div><div>○ Presentaciones por cada unidad.</div><div>○ Material de refuerzo y ampliación (problemas resueltos, videos didácticos, enlaces de interés...).</div><div>○ Artículos económicos.</div></div></div>	<div><div>Procedimientos, instrumentos y técnicas de evaluación:</div><div><div>■ Observación sistemática. Se registrará el desempeño del alumnado en el día a día, a partir de rúbricas basadas en los criterios de evaluación más relacionados con el trabajo en equipo, el procesamiento de información, la reflexión, la participación en debates, etc.</div><div>■ Tareas en el aula y en casa. Cuestionarios por vía telemática, actividades, y ejercicios, realizados en Canva, Word o Excel... Se entregarán siempre dentro del plazo establecido. Solo se aceptarán tareas fuera de plazo por ausencia del alumno o alumna debidamente justificada. Las tareas no entregadas se calificarán con cero. Se tendrá en cuenta la organización, presentación, expresión escrita y ortografía, el conocimiento de los procedimientos y conceptos implicados y las soluciones encontradas a las dificultades.</div><div>■ Trabajos e informes. Monografías, investigaciones, presentaciones orales, elaboración de las presentaciones en Canva... Se tendrá en cuenta la organización, presentación, expresión escrita y ortografía, el conocimiento de los procedimientos y conceptos implicados y las soluciones encontradas a las dificultades, para lo que se utilizará la rúbrica para la evaluación de los mismos.</div><div>■ Pruebas escritas. Se realizarán, normalmente, al final de cada unidad didáctica. La no asistencia a una prueba escrita supondrá una calificación de cero en dicha prueba. Solo se repetirá una prueba escrita si la falta de asistencia está debidamente justificada, realizándose el mismo día que el alumno o alumna se incorpore a clase. Si se detecta que un alumno o alumna está copiando durante una prueba escrita, esta se calificará automáticamente con un cero.</div><div>■ Rúbrica. Para aquellos criterios o instrumentos que lo requieran.</div></div><div><div>Calificación:</div><div>Los criterios de calificación se extraerán del currículo establecido en la orden del Ciclo Formativo. Son concreción que valoran los resultados de aprendizaje y nos permiten evaluar indicadores que miden el conocimiento que ha alcanzado el alumnado evaluado. Un RA se alcanza cuando todos los criterios de evaluación asociados a los mismos demuestran un nivel aceptable de los logros programados y son superados. En la siguiente tabla mostramos la ponderación dada a cada RA y sus correspondientes criterios:</div></div><table><tr><td>Resultados Aprendizaje</td><td>100 %</td><td>Criterios de evaluación</td><td>100 %</td></tr><tr><td>RA 1.</td><td>10 %</td><td>A, B, C, D, E, F, G, H</td><td>12,5 %</td></tr><tr><td>RA 2.</td><td>10 %</td><td>A, B, C, D, E, F, G, H</td><td>12,5 %</td></tr><tr><td>RA 3.</td><td>20 %</td><td>A, B, C, D, E, F, G, H</td><td>12,5 %</td></tr><tr><td>RA 4.</td><td>10 %</td><td>A, B, C, D, E, F</td><td>16,6 %</td></tr></table></div>	Resultados Aprendizaje	100 %	Criterios de evaluación	100 %	RA 1.	10 %	A, B, C, D, E, F, G, H	12,5 %	RA 2.	10 %	A, B, C, D, E, F, G, H	12,5 %	RA 3.	20 %	A, B, C, D, E, F, G, H	12,5 %	RA 4.	10 %	A, B, C, D, E, F	16,6 %
Resultados Aprendizaje	100 %	Criterios de evaluación	100 %																		
RA 1.	10 %	A, B, C, D, E, F, G, H	12,5 %																		
RA 2.	10 %	A, B, C, D, E, F, G, H	12,5 %																		
RA 3.	20 %	A, B, C, D, E, F, G, H	12,5 %																		
RA 4.	10 %	A, B, C, D, E, F	16,6 %																		

RA 5.	15 %	A, B, C, D, E, F, G, H	12,5 %
RA 6.	15 %	A, B, C, D, E, F, G	16,6 %
RA 7.	15 %	A, B, C, D, E, F, G, H, I	14,2 %
RA 8.	8 %	A, B, C, D, E, F, G, H, I	11,1 %

Para obtener la calificación tanto de las evaluaciones parciales como de la evaluación final, procedemos ponderando cada criterio de evaluación en función de su mayor o menor contribución a alcanzar el resultado de aprendizaje, de forma que para cada parcial el total de ponderaciones sume el máximo a calificar, esto es el 100% y posteriormente calculemos la calificación multiplicando la nota obtenida a través de cada instrumento por la ponderación de cada criterio de evaluación. Para informar de la calificación pasamos la suma de los criterios de evaluación utilizados a base 10, con independencia del peso del resultado de aprendizaje que se utilizará para el cálculo de la calificación final. La calificación del módulo profesional se expresará en un valor numérico de 1 a 10, sin decimales.

Se considerarán positivas las iguales o superiores a 5 y negativas las restantes.

La ponderación se establecerá de la siguiente forma:

- La evaluación de los criterios mediante los instrumentos: pruebas escritas u orales, trabajo en grupo, supuestos teórico-prácticos, tendrán un valor de 80% de la calificación del RA asociado. Si en una evaluación no se utilizaran estos instrumentos este porcentaje pasará a ser incluido en la ponderación del resto de instrumentos de evaluación utilizados.
- La evaluación de los criterios mediante los instrumentos: actividades prácticas de aula, y/o trabajos relacionados con contenidos procedimentales, trabajos colaborativos, portfolio entre otros tendrán un valor del 20% del RA asociado.
- La suma ponderada de los RA de cada trimestre sumará el 100%.
- La suma ponderada de los RA de los tres trimestres debe de sumar el 100% de las calificaciones del módulo.

El alumno/a debe superar todos los RA del módulo, y dentro de estos debe superar todos los criterios de evaluación, de manera que no podrá superar el RA en cuestión si tiene algún criterio suspenso.

Mecanismos de recuperación:

Para el alumnado que muestre dificultades de aprendizaje, se adoptarán las medidas apropiadas de atención a la diversidad y se diseñarán los programas de refuerzo del aprendizaje necesarios.

Aquellos alumnos que no hayan superado alguno de los RA evaluados, procederán a completar trabajos y actividades que refuercen esos RA y realizarán una recuperación personalizada de los mismos.

Las recuperaciones de cada parcial se llevarán a cabo una

	<p>vez realizada la sesión de evaluación correspondiente. Si el alumno sigue sin recuperar los RA, tras las recuperaciones parciales pertinentes, se le realizará una recuperación personalizada en la evaluación final de junio, que incluirá únicamente los RA no superados durante el curso escolar.</p> <p>La ponderación se establecerá de la siguiente forma:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La evaluación de los criterios mediante los instrumentos: pruebas escritas u orales, trabajo en grupo, supuestos teórico-prácticos, tendrán un valor de superior de la calificación del RA asociado. - La evaluación de los criterios mediante los instrumentos: actividades prácticas de aula, y/o trabajos relacionados con contenidos procedimentales, trabajos colaborativos, portfolio entre otros tendrán un valor del más bajo en el RA asociado. - La suma ponderada de los RA del curso será el 100 %. <p>Evaluación continua.</p> <p>La evaluación continua en la Formación Profesional es un pilar esencial para el progreso académico de los estudiantes, respaldado por la normativa detallada en la Orden de 29 de septiembre de 2010 en la Comunidad Autónoma de Andalucía. Esta modalidad de evaluación se sustenta en la presencia constante y participación activa en las clases.</p> <p>La ausencia no justificada de los alumnos a estas sesiones compromete su derecho a ser evaluados de manera continua, afectando su desempeño y progreso en la materia. En consecuencia, la normativa establece que aquellos estudiantes que incumplen con la asistencia regular pierden este privilegio de evaluación continua. Como alternativa, se les brinda la oportunidad de presentarse a un examen final que reemplace esa evaluación continua perdida debido a las ausencias.</p> <p>En resumen, la falta injustificada a clases puede impactar significativamente en la evaluación del alumno, haciendo necesaria la participación en un examen final para obtener la evaluación correspondiente en la materia.</p>
--	---

Si desea más información puede consultarla en la programación de cada materia disponible en la página web del Centro.



I.E.S. MANUEL DE FALLA
Avda. de Palestina s/n
Puerto Real (Cádiz)

CUADRO RESUMEN DE LA PROGRAMACIÓN

DEPARTAMENTO: MARKETING

CICLO: MARKETING Y PUBLICIDAD

MÓDULO: GESTIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA DE LA EMPRESA

CURSO: 1º

EL ALUMNADO TIENE QUE SABER...

R1. Recopila información sobre iniciativas emprendedoras y oportunidades de creación de empresas, valorando el impacto sobre el entorno de actuación e incorporando valores éticos.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha reconocido el fenómeno de la responsabilidad social de la empresa y su importancia como elemento de estrategia empresarial.
- b) Se han descrito individualmente las funciones básicas de la empresa y se han analizado todas en conjunto como un sistema integral.
- c) Se han evaluado los conceptos de cultura empresarial e imagen corporativa, y su relación con los objetivos empresariales fijados en el plan de empresa.
- d) Se han identificado los principales componentes del entorno general que rodea a la empresa, económico, social, demográfico y cultural.
- e) Se han identificado prácticas que incorporan valores éticos y sociales.
- f) Se ha llevado a cabo un estudio de viabilidad económica y financiera de una pyme.
- g) Se ha evaluado el concepto de cultura emprendedora y su importancia como fuente de creación de empleo y bienestar social.
- h) Se ha valorado la importancia de la iniciativa individual, la creatividad la formación y la colaboración, para tener éxito en la actividad emprendedora.

R2. Establece la forma jurídica de la empresa, ajustándose a la normativa vigente. Criterios de evaluación:

- a) Se han evaluado las distintas formas jurídicas de las empresas.
- b) Se ha seleccionado, a partir de un estudio comparativo, la forma jurídica más adecuada, valorando los costes, la responsabilidad y las obligaciones jurídicas.
- c) Se han determinado los trámites administrativos, autorizaciones, licencias y capacitación profesional, en su caso, que se requieren para la puesta en marcha de una empresa.
- d) Se han calculado los gastos de constitución y puesta en marcha de la empresa derivados de las distintas formas jurídicas, consultando la legislación vigente.
- e) Se han determinado los trámites jurídicos y administrativos que se deben realizar para la constitución de la empresa, a partir de la información obtenida en las administraciones y organismos competentes.
- f) Se ha obtenido información sobre las posibles ayudas y subvenciones oficiales para la creación de una empresa.
- g) Se han identificado las obligaciones laborales y fiscales derivadas del ejercicio de la actividad económica de la empresa.
- h) Se han analizado las funciones de los sindicatos, comités de empresa, representantes de personal, inspectores de trabajo y otras instituciones sociales que intervienen en el sector correspondiente.
- i) Se han analizado las situaciones de insolvencia, quiebra y suspensión de pagos y el procedimiento de concurso de acreedores en casos de insolvencia, así como la responsabilidad

del empresario.

R3. Organiza los trámites para la obtención de los recursos necesarios para la financiación de las inversiones y suministros, evaluando las distintas alternativas financieras posibles.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha obtenido información sobre los instrumentos financieros y de crédito más habituales para la financiación de las inversiones y demás operaciones de la empresa.
- b) Se ha analizado información sobre el procedimiento, los requisitos, garantías y documentación que se exigen para obtener un crédito o un préstamo en una entidad financiera.
- c) Se ha seleccionado la alternativa financiera más ventajosa para la adquisición de vehículos, maquinaria y otros activos en función de costes, riesgos y garantías.
- d) Se han calculado los costes y se han analizado los requisitos y garantías exigidos, en las operaciones de leasing y renting, para la compra de vehículos y otros inmovilizados.
- e) Se han diferenciado los conceptos de interés nominal e interés efectivo y la tasa anual equivalente (TAE), tanto en inversiones como en instrumentos financieros (préstamos y créditos).
- f) Se han calculado los costes y las cuotas de amortización de un préstamo, mediante los sistemas de amortización más utilizados.
- g) Se ha analizado el procedimiento y las condiciones para solicitar los avales, fianzas y garantías bancarias que se requieren para realizar determinadas operaciones de transporte especial.
- h) Se han identificado los organismos que informan sobre la obtención de ayudas y subvenciones públicas para la adquisición y renovación de activos.
- i) Se han utilizado hojas de cálculo para analizar, mediante las funciones oportunas, diferentes operaciones financieras.

R4. Determina las formalidades para la compraventa y/o el alquiler de los vehículos y otros activos, analizando las necesidades de inversiones y suministros y los recursos financieros necesarios

Criterios de evaluación:

- a) Se han determinado las necesidades de vehículos, instalaciones, maquinaria y otros activos y los suministros necesarios en las empresas.
- b) Se han evaluado diferentes planes de inversión a partir de los costes y la previsión de ingresos.
- c) Se han identificado las variables de un plan de inversión, diferenciando la financiación propia y ajena y la recuperación de las inversiones a corto y a largo plazo.
- d) Se han analizado las diferencias fundamentales entre la compraventa o el alquiler de vehículos, maquinaria e inmovilizados necesarios para el ejercicio de la actividad.
- e) Se han determinado las necesidades de suministros y servicios de mantenimiento y repuestos, así como los costes que se derivan de los distintos sistemas de aprovisionamiento.
- f) Se han analizado las ventajas y los inconvenientes de los mercados de primera y segunda mano y de alquiler de vehículos y otros activos.
- g) Se han evaluado las diferentes alternativas para la adquisición y renovación de vehículos, maquinaria e instalaciones, a partir del análisis comparativo de los presupuestos de compra y condiciones de pago.
- h) Se ha contactado vía online y offline con diferentes proveedores y suministradores potenciales y se ha solicitado la presentación de ofertas y presupuestos de acuerdo con las especificaciones recibidas.
- i) Se ha utilizado alguna aplicación informática que nos permita llevar la gestión de compras y el registro de terceros implicados, así como el registro de los bienes adquiridos o alquilados.

R5. Elabora facturas, recibos y documentos de cobro y pago de los productos y de los servicios prestados, aplicando las normas mercantiles y fiscales de facturación. RA DUAL

Criterios de evaluación:

- a) Se han interpretado las normas mercantiles y fiscales y los usos del comercio que regulan la facturación de productos o servicios, incluyendo la facturación electrónica.
- b) Se han identificado los impuestos que gravan los servicios de transporte y los tipos de gravamen aplicables en cada caso.
- c) Se han interpretado los aspectos del Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) y las obligaciones establecidas para la facturación de productos y/o servicios nacionales e internacionales.
- d) Se han analizado las características, costes de gestión de cobro y negociación y los riesgos de los diferentes medios de pago o cobro y la normativa que los regula.

- e) Se han supervisado las condiciones de pago y cobro de las operaciones en divisas.
- f) Se han gestionado los impagos de clientes, cumpliendo los requisitos y plazos contemplados en la normativa vigente.
- g) Se ha realizado la facturación de la venta de productos y/o la prestación de servicios, utilizando las aplicaciones informáticas adecuadas.

R6. Gestiona el proceso contable y fiscal de la empresa, aplicando la normativa mercantil y fiscal vigente y los principios y normas del Plan General Contable. Criterios de evaluación:

- a) Se han diferenciado las distintas partidas del balance, analizando su relación funcional, activo (no corriente y corriente), pasivo (no corriente y corriente) y patrimonio neto.
- b) Se han diferenciado los conceptos de inversión, gasto y pago, ingreso y cobro.
- c) Se han registrado las operaciones realizadas y se ha calculado el resultado, de acuerdo con los principios generales y las normas de valoración del Plan General Contable.
- d) Se ha determinado la amortización de los vehículos y demás elementos del inmovilizado, de acuerdo con la normativa fiscal vigente y el Plan General Contable.
- e) Se han elaborado las cuentas anuales, de acuerdo con el Plan General Contable para las pymes.
- f) Se han determinado las obligaciones fiscales relativas a los impuestos que gravan los beneficios, en función de la forma jurídica de la empresa, IRPF e Impuesto de Sociedades.
- g) Se han identificado las obligaciones fiscales derivadas de la aplicación y gestión del Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA).
- h) Se han establecido las gestiones que se han de realizar para la liquidación del Impuesto de Circulación de Vehículos, interpretando la normativa que lo regula.
- i) Se han identificado los impuestos sobre determinados vehículos, así como las tasas, cánones y derechos de uso que se han de pagar por la utilización de determinadas infraestructuras.
- j) Se ha utilizado una aplicación informática de contabilidad.

R7. Determina la rentabilidad de las inversiones y la solvencia y eficiencia de la empresa, analizando los datos económicos y la información contable disponible. Criterios de evaluación:

- a) Se han valorado las relaciones del equilibrio necesarias entre las inversiones realizadas y los recursos financieros propios y ajenos, diferenciando entre la financiación básica y la del circulante.
- b) Se han aplicado los métodos más habituales para la evaluación de la rentabilidad de inversiones, tasa interna de rentabilidad (TIR), valor actual neto (VAN) y tasa de retorno.
- c) Se ha calculado el valor de adquisición, vida útil, valor actual, valor de reposición y valor residual de los elementos del inmovilizado.
- d) Se ha calculado el punto muerto o umbral de rentabilidad.
- e) Se han calculado los flujos de tesorería o cash-flow y el período medio de maduración.
- f) Se han calculado los principales ratios y los indicadores financieros, para analizar los estados financieros a través del balance y la cuenta de resultados.
- g) Se han empleado las aplicaciones y utilidades de la información contable y los estados financieros, para una gestión eficaz de la empresa.
- h) Se han utilizado hojas de cálculo para la determinación de los diferentes ratios financieros y el cálculo de la rentabilidad de la empresa

LOS TEMAS QUE SE IMPARTEN SON...

Bloque de Contenidos:

1. Introducción a la empresa y su entorno iniciativas emprendedoras.
2. Establecimiento de la forma jurídica de la empresa. Trámites de constitución y puesta en marcha.
3. Estructura económica y financiera de la empresa. Recursos financieros.
4. El proceso contable de la empresa y su gestión fiscal.
5. Análisis económico financiero de la empresa. Determinación de la rentabilidad de las inversiones.
6. Formalidades para la compra y/o alquiler de vehículos y otros activos.
7. Gestión de documentación comercial.

Secuenciación y temporalización aproximada:

Evaluación	Unidades	RA	CE
1ª Ev.	1	1	a) b) c) e) f) g) h)
	2	2	a) b) c) e) f) g) h) i)
	3, 4, 5 Y 6	3	a) b) c) e) f) g) h) i)
2ª Ev.	9 Y 10	6	a) b) c) e) f) g) h) i) j)
	11	7	a) b) c) e) f) g) h)
3ª Ev.	3, 7	4	a) b) c) e) f) g) h) i)
	8	5	a) b) c) e) f) g)

ASÍ TRABAJAMOS...

- Metodología mixta. Exposición del docente favoreciendo la interacción profesor – alumno y la participación del mismo.
- Presentación de informes escritos y orales, haciendo uso de las TIC, de los temas que se le planteen.
- Resolución de actividades tanto en clase como tarea para casa.
- Curso paralelo en plataforma Moodle donde se compartirán:
 - Apuntes de teoría por cada tema, si fuese necesario.
 - Actividades y problemas.
 - Presentaciones por cada unidad.
 - Material de refuerzo y ampliación (problemas resueltos, videos didácticos, enlaces de interés...).
 - Artículos económicos.
- Se le recomienda al alumno el libro de la editorial Editex, por se un manual completamente actualizado.

ASÍ EVALUAMOS...

Procedimientos, instrumentos y técnicas de evaluación:

- **Observación sistemática.** Se registrará el desempeño del alumnado en el día a día, a partir de rúbricas basadas en los criterios de evaluación más relacionados con el trabajo en equipo, el procesamiento de información, la reflexión, la participación en debates, etc.
- **Tareas en el aula y en casa.** Cuestionarios por vía telemática, actividades, y ejercicios, realizados en Canva, Word o Excel... Se entregarán siempre dentro del plazo establecido. Solo se aceptarán tareas fuera de plazo por ausencia del alumno o alumna debidamente justificada. Las tareas no entregadas se calificarán con cero. Se tendrá en cuenta la organización, presentación, expresión escrita y ortografía, el conocimiento de los procedimientos y conceptos implicados y las soluciones encontradas a las dificultades.
- **Trabajos e informes.** Monografías, investigaciones, presentaciones orales, elaboración de las presentaciones en Canva... Se tendrá en cuenta la organización, presentación, expresión escrita y ortografía, el conocimiento de los procedimientos y conceptos implicados y las soluciones encontradas a las dificultades, para lo que se utilizará la rúbrica para la evaluación de los mismos.
- **Pruebas escritas.** Se realizarán, normalmente, al final de cada unidad didáctica. La no asistencia a una prueba escrita supondrá una calificación de cero en dicha prueba. Solo se repetirá una prueba escrita si la falta de asistencia está debidamente justificada,

realizándose el día establecido por la profesora, que podrá ser al finalizar el trimestre. Si se detecta que un alumno o alumna está copiando durante una prueba escrita, esta se calificará automáticamente con un cero.

- **Rúbrica.** Para aquellos criterios o instrumentos que lo requieran.

En la modalidad presencial, **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.

Calificación:

Los criterios de calificación se extraerán del currículo establecido en la orden 15 de abril del 2014 por el que se articula el Título de Técnico Superior en Marketing y Publicidad. Dichos criterios son concreciones que valoran los resultados de aprendizaje y nos permiten evaluar indicadores que miden el conocimiento que ha alcanzado el alumnado evaluado. Un RA se alcanza cuando todos los criterios de evaluación asociados a los mismos demuestran un nivel aceptable de los logros programados y son superados. En la siguiente tabla mostramos la ponderación dada a cada RA y sus correspondientes criterios:

RESULTADOS APRENDIZAJE	100%	Criterios de evaluación	100%
RA1.	14%	a) b) c) d) e) f) g) h)	1,75% cada uno
RA2	14%	a) b) c) d) e) f) g) h) i)	1,55%
RA3	14%	a) b) c) d) e) f) g) h) i)	1,55%
RA4	14%	a) b) c) d) e) f) g) h) i)	1,55%
RA5	14%	a) b) c) d) e) f) g)	2%
RA6	16%	a) b) c) d) e) f) g) h) i) j)	1,6%
RA7	14%	a) b) c) d) e) f) g) h)	1,75%

Para obtener la calificación tanto de las evaluaciones parciales como de la evaluación final, procedemos ponderando cada criterio de evaluación en función de su mayor o menor contribución a alcanzar el resultado de aprendizaje, de forma que para cada parcial el total de ponderaciones sume el máximo a calificar, esto es el 100% y posteriormente calculemos la calificación multiplicando la nota obtenida a través de cada instrumento por la ponderación de cada criterio de evaluación. Para informar de la calificación pasamos la suma de los criterios de evaluación utilizados a base 10, con independencia del peso del resultado de aprendizaje que se utilizará para el cálculo de la calificación final. La calificación del módulo profesional se expresará en un valor numérico de 1 a 10, sin decimales. **Se considerarán**

	<p>positivas las iguales o superiores a 5 y negativas las restantes.</p> <p>La ponderación se establecerá de la siguiente forma:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La evaluación de los criterios mediante los instrumentos: pruebas escritas u orales, trabajo en grupo, supuestos teórico-prácticos, tendrán un valor de 80% de la calificación del RA asociado. Si en una evaluación no se utilizaran estos instrumentos este porcentaje pasará a ser incluido en la ponderación del resto de instrumentos de evaluación utilizados. - La evaluación de los criterios mediante los instrumentos: actividades prácticas de aula, y/o trabajos relacionados con contenidos procedimentales, trabajos colaborativos, portfolio entre otros tendrán un valor del 20% del RA asociado. - La suma ponderada de los RA de cada trimestre sumará el 100%. - La suma ponderada de los RA de los tres trimestres debe de sumar el 100% de las calificaciones del módulo. <p>El alumno/a debe superar todos los RA del módulo, y dentro de estos debe superar todos los criterios de evaluación, de manera que no podrá superar el RA en cuestión si tiene algún criterio suspenso.</p> <p>Mecanismos de recuperación:</p> <p>Para el alumnado que muestre dificultades de aprendizaje, se adoptarán las medidas apropiadas de atención a la diversidad y se diseñarán los programas de refuerzo del aprendizaje necesarios.</p> <p>Aquellos alumnos que no hayan superado alguno de los RA evaluados, procederán a completar trabajos y actividades que refuercen esos RA y realizarán una recuperación personalizada de los mismos.</p> <p>Las recuperaciones de cada parcial se llevará a cabo una vez realizada la sesión de evaluación correspondiente.</p> <p>Si el alumno sigue sin recuperar los RA, tras las recuperaciones parciales pertinentes, se le realizará una recuperación personalizada en la evaluación final de junio, que incluirá únicamente los RA no superados durante el curso escolar.</p>
--	--

Si desea más información puede consultarla en la programación de cada materia disponible en la página web del Centro.



I.E.S. MANUEL DE FALLA
Avda. de Palestina s/n
Puerto Real (Cádiz)

CUADRO RESUMEN DE LA PROGRAMACIÓN

DEPARTAMENTO: MARKETING Y PUBLICIDAD

CICLO: CFGS MARKETING Y PUBLICIDAD

MÓDULO: DIGITALIZACIÓN APLICADA A LOS SECTORES PRODUCTIVOS (DASP)

CURSO: 1º

EL ALUMNADO TIENE QUE SABER...

RA1. Analiza el concepto de digitalización y su repercusión en los sectores productivos teniendo en cuenta la actividad de la empresa e identificando entornos IT (Information Technology: tecnología de la información) y OT (Operation Technology: tecnología de operación) característicos.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha descrito en qué consiste el concepto de digitalización.
- b) Se ha relacionado la implantación de la tecnología digital con la organización de las empresas.
- c) Se han establecido las diferencias y similitudes entre los entornos IT y OT.
- d) Se han identificado los departamentos típicos de las empresas que pueden constituir entornos IT.
- e) Se han seleccionado las tecnologías típicas de la digitalización en planta y en negocio.
- f) Se ha analizado la importancia de la conexión entre entornos IT y OT.
- g) Se han analizado las ventajas de digitalizar una empresa industrial de extremo a extremo.

RA2. Caracteriza las tecnologías habilitadoras digitales necesarias para la adecuación/transformación de las empresas a entornos digitales describiendo sus características y aplicaciones.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado las principales tecnologías habilitadoras digitales.
- b) Se han relacionado las THD con el desarrollo de productos y servicios.
- c) Se ha relacionado la importancia de las THD con la economía sostenible y eficiente.
- d) Se han identificado nuevos mercados generados por las THD.
- e) Se ha analizado la implicación de THD tanto en la parte de negocio como en la parte de planta.
- f) Se han identificado las mejoras producidas debido a la implantación de las tecnologías habilitadoras en relación con los entornos IT y OT.

RA3. Identifica sistemas basados en cloud/nube y su influencia en el desarrollo de los sistemas digitales.

Criterios de evaluación:

- 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.

RA4. Identifica aplicaciones de la IA (inteligencia artificial) en entornos del sector donde está enmarcado el título describiendo las mejoras implícitas en su implementación.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha identificado la importancia de la IA en la automatización de procesos y su optimización.
- b) Se ha relacionado la IA con la recogida masiva de datos (Big Data) y su tratamiento (análisis) con la rentabilidad de las empresas.
- c) Se ha valorado la importancia presente y futura de la IA.
- d) Se han identificado los sectores con implantación más relevante de IA.
- e) Se han identificado los lenguajes de programación en IA.
- f) Se ha descrito como influye la IA en el sector del título.

RA5. Evalúa la importancia de los datos, así como su protección en una economía digital globalizada, definiendo sistemas de seguridad y ciberseguridad tanto a nivel de equipo/sistema, como globales.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha establecido la diferencia entre dato e información.
- b) Se ha descrito el ciclo de vida del dato.
- c) Se ha identificado la relación entre Big Data, análisis de datos, machine/ deep learning e inteligencia artificial.
- d) Se han descrito las características que definen Big Data.
- e) Se han descrito las etapas típicas de la ciencia de datos y su relación en el proceso.
- f) Se han descrito los procedimientos de almacenaje de datos en la cloud/nube.
- g) Se ha descrito la importancia del cloud computing.
- h) Se han identificado los principales objetivos de la ciencia de datos en las diferentes empresas.
- i) Se ha valorado la importancia de la seguridad y su regulación en relación con los datos.

RA6. Desarrolla un proyecto de transformación digital de una empresa de un sector relacionado con el título, teniendo en cuenta los cambios que se deben producir en función de los objetivos de la empresa. (RA6 DUALIZADO 7 horas)

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los objetivos estratégicos de la empresa.
- b) Se han identificado y alineado las áreas de producción/negocio y de comunicaciones.
- c) Se han identificado las áreas susceptibles de ser digitalizadas.
- d) Se ha analizado el encaje de AD (áreas digitalizadas) entre sí y con las que no lo están.
- e) Se han tenido en cuenta las necesidades presentes y futuras de la empresa.
- f) Se han relacionado cada una de las áreas con la implantación de las tecnologías.
- g) Se han analizado las posibles brechas de seguridad en cada una de las áreas.
- h) Se ha definido el tratamiento de los datos y su análisis.
- i) Se ha tenido en cuenta la integración entre datos, aplicaciones, plataformas que los soportan, entre otros.
- j) Se han documentado los cambios realizados en función de la estrategia.
- k) Se han tenido en cuenta la idoneidad de los recursos humanos.

LOS TEMAS QUE SE IMPARTEN SON...

Contenidos básicos:

1. Digitalización de los sectores productivos
2. Tecnologías digitales habilitadoras
3. La nube
4. Aplicación de la inteligencia artificial
5. Evaluación de datos.
6. Proyecto de transformación digital

Secuenciación y temporalización aproximada:

UNIDAD DIDÁCTICA	Horas	Trim.	RA asociados	Ponderación
UD1.	4	1	RA1.	15%
UD2.	5	1	RA2.	15%
UD3.	7	1 y 2	RA3.	20%
UD4.	5	2	RA4.	15%
UD5.	4	2	RA5.	15%
UD6. Dual*	7	3	RA6.	20%

ASÍ TRABAJAMOS...	ASÍ EVALUAMOS...
<p>Se procederá a la explicación de los contenidos, en algunos casos se trabajará a través del flipped classroom o clase invertida, durante la explicación y/o una vez finalizada se realizarán actividades a nivel individual y/o en grupo de cada unidad didáctica para la aplicación de los conocimientos adquiridos durante la misma.</p> <p>El contenido de las tareas y el proyecto se trabajarán en base a metodologías activas basadas en el aprendizaje cooperativo, por proyectos, por investigación, reflexivo y aprendiendo a pensar. En cada una de ellas se indicará la tarea a realizar y los criterios de evaluación, recibiendo el alumnado una retroalimentación a las tareas entregadas.</p> <p>Las distintas tareas y/o actividades se confeccionarán teniendo en cuenta los objetivos, los contenidos trabajados y los resultados de aprendizaje que se desean alcanzar y buscando siempre potenciar las inteligencias múltiples que sean aplicables en cada una de ellas.</p> <p>Las diferentes actividades para realizar durante el desarrollo de las unidades de trabajo serán seleccionadas de entre las siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Expositivas: En las que se explicarán los contenidos conceptuales. • Motivadoras: Para provocar el interés por los contenidos. • De Indagación/Investigación: Como su nombre indica se usan para la investigación, se suelen trabajar los contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales. • De Desarrollo: Se realizan para los contenidos procedimentales. • De Consolidación: Se realizan para afianzar el aprendizaje para cerrar el círculo formativo. • De Refuerzo: Se usan para atender a la diversidad en el ritmo del aprendizaje • De Ampliación: Se usan para aquel alumnado que aprende rápidamente y puede dar más. • Complementarias/Extraescolares: Son las que se realizan fuera del aula para complementar el currículo o trabajar otros aspectos. 	<p>Procedimientos, instrumentos y técnicas de evaluación:</p> <p>En la evaluación se calificarán: procedimientos y comprensión de los conceptos; actitudes que se manifiesten en clase, destrezas desarrolladas, empleo de técnicas de trabajo, capacidad de investigación, metodología utilizada, realizaciones, etc.</p> <p>Existen múltiples procedimientos que se pueden utilizar en la evaluación; no obstante, teniendo en cuenta las características del módulo profesional, algunos de los que se pueden utilizar son los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Al finalizar cada RA se valorará positivamente las tareas realizadas y el interés de los estudiantes por aclarar dudas, exponiendo correctamente sus dificultades. • Se evaluará la actitud y el comportamiento permanente en clase, valorando positivamente a aquellos estudiantes que tomen iniciativas relacionadas con el desarrollo de los contenidos del módulo, que participen activamente en las tareas que se propongan y en los debates que se realicen. • Se efectuarán pruebas o controles objetivos y/o actividades o tareas individuales o grupales con una doble finalidad: por un lado, evaluar el nivel de conocimientos de cada alumno y, por otro, inducir a que los alumnos pregunten sus dudas, lo cual les permitirá interiorizar y relacionar los principales conceptos. • Se podrá sustituir los controles por realización de trabajos con o sin exposiciones. • El profesorado propondrá la realización de trabajos individuales y en grupo sobre temas de actualidad relacionados con los contenidos que se están desarrollando en clase. Se valorará positivamente los trabajos cuyo contenido sea de calidad, incluyan documentación, estén bien presentados, expongan con claridad las ideas y conclusiones personales. • En la modalidad presencial, 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.

- **Tipos de agrupamiento:** se realizarán en función de las tareas a realizar por parejas o grupos de 3/4 personas como máximo (salvo excepciones circunstanciales).

Al finalizar cada unidad temática, normalmente se realizará evaluación competencial a través de una prueba oral o escrita y con las actividades, proyectos, trabajos en grupo, etc., el alumnado podrá demostrar que los conceptos adquiridos le han llevado a adquirir las competencias necesarias.

Con esta metodología, se pretende que el alumnado se acerque lo máximo a la realidad de las empresas relacionadas con el transporte y la logística, para que sea capaz de integrar en su futuro profesional los contenidos aprendidos.

En este módulo se usarán los siguientes instrumentos que me proporcionan interesantes informaciones para el proceso de la evaluación:

- **Cuaderno del profesor.**

Todas las actividades que se van desarrollando, al tiempo que constituyen el desarrollo de lo programado, permiten ir tomando datos sobre el progreso de los alumnos/as y sobre las dificultades para él mismo.

- **Realización de actividades de clase.**

Cada RA está asociado a una ficha de actividades prácticas que permitirán ir conociendo la asimilación de los contenidos estudiados en el desarrollo del RA y la calidad y eficiencia de estas.

- **Realización de controles o pruebas prácticas.**

Al final de cada RA se realizará una prueba que permitirá valorar los conocimientos adquiridos de los contenidos que incluye cada RA y el grado de consecución de los objetivos incluidos en dicho RA. Dicha valoración se hará conforme a los criterios de evaluación recogidos en cada uno de dichos RA.

- **Realización de resúmenes al final de cada unidad.**

Individualmente o por grupos, se puede proponer la realización de resúmenes del contenido del RA o realizarlos a través de la herramienta Socrative.

Calificación:

Los contenidos de cada prueba escrita objetiva, que irán asociados a los CE y los RA que corresponda. Se valorarán de acuerdo con los criterios especificados en cada una de ellos y la ponderación respecto al módulo.

Las pruebas prácticas tendrán que ser presentadas en el plazo establecido, no serán calificadas aquellas que se presenten fuera del plazo establecido salvo causa justificada. Aquellos instrumentos que se utilicen como parte del proceso formativo serán evaluados como PS o PNS, prueba superada /prueba no superada, AP/NAP Apto o No Apto, llevando siempre una retroalimentación sobre su ejecución.

Calificación trimestral:

Las actividades propuestas para el trimestre serán valoradas en función del trabajo realizado en el centro educativo y según los instrumentos propuestos en esta programación.

La calificación trimestral tendrá un carácter meramente informativo de su evolución, ya que la calificación obtenida en cada RA está ponderada durante todo el curso escolar.

- **Para superar cada RA**, el alumnado deberá obtener una **nota media de 5** teniendo en cuenta los porcentajes estipulados para cada apartado en los criterios de calificación citados.
- Para **superar una evaluación**, el alumnado deberá obtener **en todos los RA** que la integran una calificación **mínima de 5**.
- Al ser la nota de la evaluación un número entero del 1 al 10, cuando al aplicar los criterios antes expuestos se obtenga una cifra con decimales, ésta se redondeará a la unidad superior a partir del sexto decimal. Este criterio se aplicará tanto para el cálculo de la nota de evaluación como para la nota final de curso.

Cuando **un RA** (de los que se han desarrollado durante el trimestre) **no esté superado, la calificación será inferior a 5** en el boletín de calificaciones.

Calificación anual:

Será la suma de la calificación obtenida en los diferentes RA según la ponderación relacionada anteriormente.

<p>Realización de tareas/trabajos. En cada RA se propondrán una o dos tareas, trabajos o proyectos que permitirán valorar los conocimientos adquiridos de los contenidos que incluyen cada RA y el grado de consecución de los objetivos incluidos en dicho RA. Dicha valoración se hará conforme a los criterios de evaluación recogidos para cada tarea/trabajo/proyecto.</p> <p>Instrumentos por utilizar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Escalas de valoración. Se utilizarán en algunas tareas individuales y los controles teóricos y prácticos, en las que se valorará la consecución de los criterios de evaluación. • Rúbricas. Se utilizarán tanto en tareas individuales como en tareas cooperativas, donde se valorarán todas las competencias. • Portfolio. Se utilizarán para los proyectos que conlleven la incorporación de distintos documentos a evaluar. 	<p>Mecanismos de recuperación: Para el alumnado que muestre dificultades de aprendizaje, se adoptarán las medidas apropiadas de atención a la diversidad y se diseñarán los programas de refuerzo del aprendizaje necesarios. Aquellos alumnos que no hayan superado alguno de los RA evaluados, procederán a completar trabajos y actividades que refuercen esos RA y realizarán una recuperación personalizada de los mismos.</p> <p>Las recuperaciones de cada parcial se llevarán a cabo una vez realizada la sesión de evaluación correspondiente. Si el alumno sigue sin recuperar los RA, tras las recuperaciones parciales pertinentes, se le realizará una recuperación personalizada en la evaluación final de junio, que incluirá únicamente los RA no superados durante el curso escolar.</p>
--	---

Si desea más información puede consultarla en la programación de cada materia disponible en la página web del Centro.



I.E.S. MANUEL DE FALLA
Avda. de Palestina s/n
Puerto Real (Cádiz)

CUADRO RESUMEN DE LA PROGRAMACIÓN

DEPARTAMENTO: MARKETING Y ECONOMÍA

CICLO: CFGS MARKETING Y PUBLICIDAD

MÓDULO: ATENCIÓN AL CLIENTE, CONSUMIDOR Y USUARIO (ATCU)

CURSO: 1º

EL ALUMNADO TIENE QUE SABER...

Tal y como aparecen en la Orden de 15 de abril de 2014, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico Superior en Marketing y Publicidad, son los siguientes:

R.A. 1. Organiza el departamento de atención al cliente, definiendo sus funciones y estructura y su relación con otros departamentos, para transmitir la imagen más adecuada de la empresa u organización.

Criterios de evaluación:

- a) Se han definido los conceptos de imagen e identidad corporativa, analizando su transcendencia en el posicionamiento y la diferenciación de la empresa u organización.
- b) Se han diferenciado distintos tipos de estructura organizativa en función de las características y objetivos de la empresa u organización.
- c) Se han elaborado organigramas de distintos tipos de empresas, teniendo en cuenta sus características, actividad y estructura organizativa.
- d) Se han establecido los objetivos del departamento de atención al cliente y sus funciones en distintos tipos de empresas y organizaciones.
- 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 seleccionado los elementos fundamentales de atención al cliente, para transmitir la imagen adecuada de la empresa u organización.
- g) Se han establecido las secciones o áreas de actividad del servicio de atención al cliente.
- h) Se ha valorado la posibilidad de externalizar el servicio de atención al cliente analizando las funciones de los contact centers y los servicios que prestan a las empresas u organizaciones.

R. A. 2. Utiliza técnicas de comunicación en situaciones de atención al cliente, consumidor o usuario, proporcionándole la información solicitada.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha definido el proceso de comunicación, los elementos que intervienen y los filtros y barreras que pueden surgir en el mismo.
- b) Se han diferenciado los canales de comunicación, interna y externa, de una empresa u organización.
- c) Se han descrito las fases del proceso de atención/información al cliente y las técnicas utilizadas en diferentes canales de comunicación.
- d) Se ha solicitado la información requerida por el cliente a otros departamentos y/u organismos, utilizando distintos canales de comunicación con la actitud y forma adecuadas a cada situación.
- e) Se han transmitido mensajes orales de atención a supuestos clientes, adaptando su actitud y discurso a la persona o grupo a quien se dirige y prestando especial atención a la comunicación no verbal.
- f) Se han mantenido conversaciones telefónicas con supuestos clientes, observando las normas de protocolo y utilizando las técnicas y actitudes que favorezcan el desarrollo de la comunicación.
- g) Se han confeccionado escritos de respuesta a solicitudes de información en diferentes situaciones de atención al cliente, utilizando técnicas, formalidades y actitudes adecuadas a cada situación.

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 a cada situación.

R. A. 3. Organiza un sistema de información al cliente que optimice el coste y el tiempo de tratamiento y acceso a la misma, aplicando técnicas de organización y archivo tanto manuales como informáticas. (DUAL) 20H.

Criterios de evaluación:

- a) Se han descrito las técnicas de organización y archivo de la información y documentación, tanto manuales como informáticas,
- b) Se han identificado las principales técnicas de catalogación y archivo de documentación, analizando sus ventajas e inconvenientes en función del tipo de información, su utilización y tiempo de archivo.
- c) Se han clasificado distintos tipos de información en materia de atención al cliente, consumidor o usuario, discriminando su origen y asignando el proceso de tramitación y organización adecuado.
- d) Se han elaborado, actualizado y consultado bases de datos con la información relevante de 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 procedimientos que garanticen la seguridad e integridad de la información y la protección de datos, respetando la normativa vigente.
- h) Se han definido los canales de acceso a la información en materia de atención al cliente, analizando las características de cada uno de ellos.

R. A. 4. Identifica los distintos organismos e instituciones de protección al consumidor y usuario, analizando las competencias de cada uno de ellos.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha definido el concepto y el rol del consumidor y usuario.
- b) Se ha interpretado la normativa europea, nacional, autonómica y local que recoge los derechos del consumidor y usuario.
- c) Se ha interpretado la normativa vigente aplicable a la gestión de quejas y reclamaciones del cliente, consumidor o usuario en materia de consumo.
- d) Se han identificado las instituciones y organismos públicos de protección al consumidor y usuario, describiendo sus funciones y competencias.
- e) Se han identificado las principales entidades privadas de protección al consumidor, explicando sus funciones y competencias.
- f) Se han determinado las fuentes de información fiables que facilitan información en materia de consumo.

R. A. 5. Gestiona las quejas y reclamaciones del cliente, consumidor o usuario, aplicando técnicas de comunicación y negociación para alcanzar soluciones de consenso entre las partes.

Criterios de evaluación:

- a) Se han caracterizado los tipos de consultas, quejas, reclamaciones y denuncias del cliente más habituales en materia de consumo.
- b) Se han identificado de acuerdo con la normativa vigente los elementos de la reclamación/denuncia y se ha informado al cliente de sus derechos y los posibles mecanismos de solución de la reclamación.
- c) Se ha cumplimentado la documentación necesaria para iniciar el trámite y cursar la reclamación/denuncia hacia los departamentos u organismos competentes, de acuerdo con los métodos establecidos.
- d) Se ha definido el procedimiento, fases, forma y plazos del proceso de tramitación de las quejas y reclamaciones del cliente.

e) Se ha informado al reclamante de la situación y del resultado de la queja o reclamación, de forma oral, escrita, o por medios electrónicos.

f) Se han identificado y cumplimentado con rigor los documentos relativos a la gestión de las quejas, reclamaciones y denuncias.

g) Se han aplicado técnicas de comunicación en la atención de las quejas y reclamaciones utilizando la escucha activa, la empatía y la asertividad.

h) Se han utilizado técnicas de negociación y actitudes que faciliten el acuerdo para gestionar las reclamaciones del cliente

i) Se han identificado las cláusulas del contrato que son susceptibles de negociación y se ha elaborado un plan de negociación estableciendo los aspectos que hay que negociar, la estrategia de negociación y los pasos que hay que seguir.

R. A. 6. Describe los procesos de mediación y de arbitraje de consumo para resolver situaciones de conflicto en materia de consumo, aplicando la legislación vigente.

Criterios de evaluación:

a) Se han definido los conceptos de mediación y arbitraje de consumo, explicando sus similitudes y diferencias sustanciales.

b) Se han identificado las figuras que intervienen en los procesos de mediación y de arbitraje y las funciones que desempeñan.

c) Se ha diferenciado entre arbitraje voluntario o facultativo y obligatorio o de oficio.

d) Se ha descrito un proceso de mediación, identificando el objetivo, redactando la convocatoria, analizando la situación y desarrollo del acto, y redactando el acta de mediación y el acuerdo de forma clara y objetiva.

e) Se han establecido los principales aspectos que se ha de tener en cuenta en la redacción de un acta de mediación.

f) Se han confeccionado los documentos correspondientes a los procesos de mediación y de arbitraje, relacionándolos con su tramitación.

g) Se ha descrito la forma de iniciar los procesos de mediación y de arbitraje, su desarrollo y los plazos habituales de resolución.

h) Se ha definido el concepto de laudo arbitral, la forma y los plazos del dictamen.

R. A. 7. Elabora un plan de calidad y de mejora del proceso de atención al cliente, consumido o usuario, aplicando técnicas de control y evaluación de la eficacia del servicio.

Criterios de evaluación:

a) Se han aplicado técnicas para medir la eficacia del servicio prestado y el nivel de satisfacción del 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 redactado informes con los resultados y conclusiones de la evaluación de la calidad, utilizando herramientas informáticas a) Se han identificado las principales incidencias, anomalías y retrasos en los procesos de atención al cliente y en la gestión de quejas y reclamaciones.

d) Se ha elaborado un plan de mejora de la calidad incluyendo medidas para optimizar la calidad del servicio y respetando la legislación vigente.

e) Se han identificado las principales incidencias, anomalías y retrasos en los procesos de atención al cliente y en la gestión de quejas y reclamaciones.

f) Se ha elaborado un plan de recuperación de clientes perdidos, definiendo las medidas aplicables.

g) Se han propuesto medidas correctoras para solucionar las anomalías detectadas y mejorar la calidad del servicio.

h) Se han seleccionado los clientes susceptibles de ser incluidos en un programa de fidelización, utilizando la información disponible en la herramienta de gestión de las relaciones con los clientes (CRM).

i) Se ha elaborado un programa de fidelización de clientes, utilizando la aplicación informática disponible.

LOS TEMAS QUE SE IMPARTEN SON...

Contenidos básicos:

1. Organización del departamento de atención al cliente:
2. Utilización de técnicas de comunicación en situaciones de atención al cliente:
3. Organización de un sistema de información:
4. Identificación de los distintos organismos e instituciones de protección al consumidor y usuario:
5. Gestión de quejas y reclamaciones
6. Descripción de los procesos de mediación y arbitraje
7. Elaboración de un plan de calidad y de mejora del servicio de atención al cliente, consumidor o usuario

Secuenciación y temporalización aproximada:

UD.	RA	Título Unidad Didáctica	Horas	Evaluación		
				19	29	39
1	1	El departamento de atención al cliente.	16	X		
2	2	La comunicación en la atención al cliente.	36	X	X	X
3	5	Gestión de quejas y reclamaciones.	24		X	X
41	3	Optimización en los sistemas de información y archivo.	16		X	
5	4	Organismos e instituciones de protección al consumidor y usuario.	12		X	
6	6	La mediación y el arbitraje.	12			X
7	7	Plan de calidad mediante técnicas de control y evaluación.	12			X

ASÍ TRABAJAMOS...

ASÍ EVALUAMOS...

Seguiremos una metodología didáctica constructivista que se adapte a los fines de adquisición de capacidades y competencias, a las características del alumno/a y a la naturaleza del Ciclo Formativo para que pueda construir su propio aprendizaje y lo ponga en práctica en su vida profesional. Además de una metodología activo-participativa, basada en el protagonismo del alumnado, procurando que participe en clase, de manera que la labor del docente quede relegada a un mero guía o tutor en el proceso de enseñanza aprendizaje, con actividades y ejemplos de la vida cotidiana para que resulte más atractivo y con proyección real.

Se considera que una opción para fortalecer, enriquecer y desarrollar el proceso de enseñanza aprendizaje por competencias es la metodología del Aprendizaje por Proyectos (ApP), la cual es una estrategia que ayuda a los docentes a lograr de una manera didáctica los objetivos planteados en el Plan y programas de estudio.

Esta estrategia apoya a los estudiantes para que adquieran conocimientos, mediante la planeación, el desarrollo de estrategias y la solución de problemas; estas actividades son presentadas mediante proyectos que son elaborados con Tecnologías de la Información y la Comunicación; generando habilidades en alumnado y docentes.

Por tanto, el docente debe programar actividades encaminadas a conocer el grado de maduración del alumnado, sus conocimientos previos y sus actitudes ante el aprendizaje con el fin de conseguir enriquecerlos con nuevos conocimientos.

La diversidad del alumnado y la variedad de contenidos a impartir aconseja utilizar una amplia gama de estrategias didácticas, que combinen las de mayor peso expositivo con aquellas de indagación.

El mayor o menor grado de ayuda pedagógica a prestar por el docente, dependerá en gran medida de los conocimientos previos que el alumnado posea respecto al nuevo aprendizaje al que se va a enfrentar y del tipo de contenidos que se va a abordar.

El método de enseñanza a seguir será, en primer lugar, realizar una actividad introductoria que active en el alumnado las ideas previas con las que se pretende relacionar el nuevo conocimiento que se va exponer.

Evaluación inicial: cuando se aplica al comienzo del curso o antes de iniciar una nueva unidad didáctica o bloque de contenidos. Tiene un carácter diagnóstico y pronosticador.

Evaluación sumativa: cuando se realiza al final de un proceso: curso, trimestre, cuatrimestre, unidad, bloque, etc. También, se conoce como evaluación final.

Evaluación formativa: la que se realiza durante el proceso de aprendizaje, permite ver el progreso en el aprendizaje. Permite un permanente feedback para el profesor y coincidiría con el concepto de evaluación continua. La importancia de esta evaluación es capital puesto que nos permitirá conocer cuáles son los aspectos que necesitamos reforzar del alumno para que éste alcance los objetivos propuestos. Asimismo, nos permitirá conocer qué otros objetivos se han alcanzado, esto será comunicado al alumno para que se sienta motivado.

La evaluación formativa de los alumnos se podrá realizar mediante pruebas escritas de contenido teórico-práctico, trabajos individuales o grupales, el seguimiento de sus trabajos diarios, la entrega de las actividades propuestas, resolución de los casos prácticos, la realización de actividades finales de cada unidad, exposiciones orales, la participación en clase y entrega de cualquier tipo de trabajo en la fecha solicitada por el profesor. Se valorarán, además, los siguientes aspectos:

Capacidad de organización del trabajo.

Grado de participación en los trabajos de grupo.

Calidad final de trabajo.

Las competencias personales, profesionales y sociales del alumnado reflejados en BOJA.

La evaluación del módulo profesional se realizará en el momento de finalización de este. Su calificación será expresada en cifras de 1 a 10 sin decimales. Se considerarán positivas las puntuaciones iguales o superiores a cinco. Como criterios de evaluación para las actividades y trabajos escritos se tendrá en cuenta:

-La presentación y ejecución de las actividades en el plazo que se considere razonable para el alumnado, se penalizarán aquellas actividades que se presenten fuera de plazo. En el caso de que no se entreguen (sin justificación) la nota será cero.

El siguiente paso será una estrategia receptiva-significativa, es decir, partiendo de la exposición del tema se planteará una dinámica de clase en la que el alumnado planteará sus dudas en base a aspectos concretos del tema.

En este clima participativo se formularán preguntas de sondeo para comprobar la comprensión de los contenidos y a continuación se plantearán cuestiones a resolver como ejercicios de autocomprobación y supuestos prácticos.

Un posible riesgo que puede tener la utilización de este tipo de estrategias es que el alumnado aprenda de forma memorística y repetitiva, por lo que es necesario cerciorarse de que los conocimientos adquiridos por el alumnado se han integrado en su estructura de conocimientos, relacionándolos con los que ya conoce y siendo capaces de transferir y/o utilizarlos en diferentes situaciones. Esta estrategia se puede ver reforzada con esquemas y mapas conceptuales.

Como apoyo al proceso de aprendizaje se utilizarán estrategias de indagación intentando enfrentar al alumnado con problemas y cuestiones en los que debe aplicar reflexivamente conceptos, procedimientos y actitudes. Algunas de las técnicas a utilizar serán: resolución de problemas, estudio de casos, investigaciones, debates, etc.

Se posibilitará así que el alumnado realice aprendizajes significativos por sí solos, es decir, que sean capaces de aprender a aprender, al ser esta una de las capacidades básicas que debe tener el alumnado para enfrentarse al mercado laboral (necesidad de una continua adaptación a los cambios tecnológicos, a los cambios de funciones o a la inestabilidad en el empleo). Para desarrollar esta capacidad, se diseñarán actividades que la favorezcan como la búsqueda autónoma de información o el análisis autónomo de documentación de forma individual o en grupo.

La acción educativa asegurará, además, aprendizajes funcionales, así el aprendizaje toma vida propia y el alumnado puede traducirlo a su propio lenguaje, utilizarlo en otras áreas y aprovechar lo aprendido en situaciones reales de su vida cotidiana para seguir aprendiendo.

Por tanto, en cada unidad didáctica se llevará a cabo un trabajo de aplicación a la

-La aplicación de los procedimientos adecuados y los errores cometidos en las actividades. Se penalizarán también los errores ortográficos y de presentación. En las exposiciones, dinámicas de grupo y trabajos en grupo se valorarán también las competencias y las actitudes de los alumnos.

-Durante el curso el alumnado debe asumir un compromiso de honestidad y se compromete a no llevar a cabo acciones que puedan mejorar de forma deshonestamente los resultados de su evaluación, ni mejorar o perjudicar las puntuaciones de otros estudiantes. Este punto incluye cualquier tipo de trabajo que no sea realizado por el propio estudiante en su elaboración, así como ayudarse por cualquier medio no permitido expresamente por la profesora. Esto supondrá que la materia que corresponda al Resultado de Aprendizaje quedaría suspensa y, por lo tanto, tendría que recuperarla en la convocatoria de junio.

Instrumentos de evaluación

Entendemos por asistencia regular el 75% de las horas establecidas para cada módulo, es decir, el porcentaje máximo de faltas será del 25% incluidas justificadas y no justificadas. Por tanto, llegado a este porcentaje, no se aplicará el procedimiento de evaluación continua. Para poder aplicar esta medida, será necesario haber avisado al alumnado implicado cuando llegue al 20% de faltas que se computarán, para el aviso, de forma trimestral.

El alumnado que haya perdido la evaluación continua podrá presentarse a la prueba final de junio. Para superar el módulo deberá obtener una calificación de 5 en cada uno de los resultados de aprendizaje establecidos para este módulo.

Se tendrán en cuenta los siguientes aspectos:

-La participación en clase. Para ello se utilizará la observación del trabajo realizado durante la sesión: dedicación, interés mostrado, esfuerzo, predisposición al trabajo en equipo, etc.

-La realización de trabajos y actividades individuales o colectivas, tanto escrita como oral. Se valorará una expresión escrita u oral adecuada: precisión terminológica y uso del lenguaje técnico, capacidad de síntesis, corrección léxica, ortográfica y gramatical. Presentación limpia, clara y ordenada.

-En cuanto a la expresión oral se valorará la interacción y forma de dirigirse a los demás y como argumentan los hechos a evaluar.

-Pruebas teórico-práctica, tanto escrita como oral.

<p>realidad, para que el alumnado pueda comprender la aplicación de todo el proceso. Se pretende que el alumnado se acerque lo máximo a la realidad para que sea capaz de integrar en su futuro profesional los contenidos aprendidos.</p> <p>Idoneidad de la metodología planteada según las características del grupo</p> <p>Se trata de un alumnado heterogéneo. Con diferentes niveles de conocimientos previos.</p> <p>El módulo de Atención al Cliente, Consumidor y Usuario se centra en una materia práctica relacionada con la elaboración de material de comunicación para una superficie comercial o en cualquier otra situación que así lo requiera. En general, el alumnado presenta conocimientos básicos en este aspecto que facilitan la introducción al módulo.</p> <p>Por las características del grupo, parece acertado el planteamiento de la metodología basada en el trabajo en grupo y actividades que requieren un alto esfuerzo e involucración del alumnado.</p> <p>Se utilizarán instrumentos de motivación para conseguir un mayor aprovechamiento del interés del grupo y potencias su aprendizaje. Por ejemplo, mediante la participación en la plataforma Moodle a través de artículos, e informaciones en general que sean de interés para el alumnado.</p> <p>Por tanto, se establecerá una programación de aula adecuada a cada momento del grupo en relación con las dinámicas que se consideren más oportunas por las circunstancias que así lo requieran.</p>	<p>-Resolución de ejercicios y cuestionarios, de pruebas escritas y orales. Role Playing.</p> <p>Comportamiento: forma parte de las competencias sociales, personales y profesionales (punto 2.2 del presente documento) por lo que el contenido estará vinculado al análisis de asistencia y puntualidad, trato con el resto de compañeros, participación en las actividades grupales... Se valorará la posibilidad de crear cuestionarios de desempeño de coevaluación en trabajos grupales.</p> <p>Los instrumentos de evaluación son los medios físicos que permiten registrar y guardar la información que se necesita. Así, deben recoger evidencias del nivel de adquisición de los Resultados de Aprendizaje a través de los Criterios de Evaluación. Los instrumentos de evaluación utilizados en el aula podrán ser:</p> <p>Cuaderno de clase (Moodle) o del profesor para valorar la actividad diaria del alumnado.</p> <p>Listas de control o de comprobación que verifican si se cumplen o no los criterios de evaluación.</p> <p>Rúbricas mediante la disposición de escalas que permitirán determinar el desempeño del alumnado.</p> <p>Aquellos que se consideren adecuados para la tipología de alumnado y el grupo.</p> <p>Calificación</p> <p>Para ello, procedemos ponderando cada criterio de evaluación en función de su mayor o menor contribución a alcanzar el resultado de aprendizaje de forma que, para cada parcial, el total de ponderaciones sume el máximo a calificar, esto es el 100%.</p> <p>Calcularemos la calificación multiplicando la nota obtenida a través de cada uno de los instrumentos de evaluación que hayamos utilizado en cada unidad didáctica por la ponderación que le otorguemos a cada uno de los criterios de evaluación con el que esté asociado (como se indica en las tablas del punto 7.1 del presente documento).</p> <p>PARA APROBAR EL MÓDULO, TODOS Y CADA UNO DE LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE DEBEN HABER OBTENIDO UNA CALIFICACIÓN IGUAL O SUPERIOR A 5.</p>
--	--

	<p>La calificación del módulo se obtendrá multiplicando la calificación de cada resultado de aprendizaje por su ponderación correspondiente.</p> <p>Para la calificación de pruebas y actividades se tendrán en cuenta las siguientes consideraciones:</p> <p>Insuficiente (1, 2, 3, 4)</p> <p>Cuestiones no realizadas.</p> <p>Incomprensión de conceptos básicos.</p> <p>Estrategias erróneas.</p> <p>Suficiente (5)</p> <p>Contenido correcto pero superficial.</p> <p>Estrategias y planteamientos incompletos.</p> <p>Bien (6)</p> <p>Profundización parcial en el tema.</p> <p>Plan parcialmente correcto.</p> <p>Notable (7 y 8)</p> <p>Demostración de conocimiento.</p> <p>Planteamiento correcto.</p> <p>Error de transcripción, error de cálculo, respuesta parcial sin concluir el problema.</p> <p>Sobresaliente (9 y 10)</p> <p>Respuestas correctas, profundas, claras y específicas.</p> <p>Comprensión total del problema. El plan conduce a la solución.</p> <p>Se considerarán aptos los alumnos con calificaciones iguales o superiores a cinco puntos.</p> <p>Recuperación.</p> <p>El alumnado que no haya superado alguno de los resultados de aprendizajes trabajado durante el primero, segundo y tercer trimestre, realizará un plan de recuperación personalizado y presencial, en el mes de junio, incidiendo en los puntos donde el alumnado presente mayor dificultad. El alumnado deberá presentar los trabajos, tareas y actividades, y superar las pruebas teóricas-prácticas que se consideren oportunas, siendo informados adecuadamente en tiempo y forma.</p> <p>Así mismo, el alumnado que lo estime conveniente podrá presentarse en la misma convocatoria de junio a subir la nota global del curso y por tanto presentando toda la materia al tipo de evaluación que sea considerado oportuno según las características de la materia, por lo que deberá avisar con la suficiente antelación de su interés.</p> <p>En la modalidad presencial, la evaluación continua de los aprendizajes requerirá la</p>
--	---

	<p>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.</p>
--	--

Si desea más información puede consultarla en la programación de cada materia disponible en la página web del Centro.



I.E.S. MANUEL DE FALLA
Avda. de Palestina s/n
Puerto Real (Cádiz).

CUADRO RESUMEN DE LA PROGRAMACIÓN

DEPARTAMENTO: MARKETING.

CICLO: CFGS MARKETING Y PUBLICIDAD.

MÓDULO: POLÍTICAS DE MARKETING (POM).

CURSO: 1º.

EL ALUMNADO TIENE QUE SABER...

RA1. Evalúa las oportunidades de mercado, para el lanzamiento de un producto, la entrada en nuevos mercados o la mejora del posicionamiento del producto o servicio, analizando las variables de marketing-mix y las tendencias y evolución del mercado.

Criterios de evaluación:

- a) Se han analizado los datos disponibles relativos a la oferta y demanda del producto o servicio, comparándolos con los de la competencia y con los productos sustitutivos y complementarios.
- b) Se ha analizado información sobre la evolución y tendencia de las ventas por productos, líneas de productos o marcas, o según el tipo de clientes, calculando la cuota de mercado y las tasas de variación, utilizando la aplicación informática adecuada.
- c) Se ha analizado el perfil y hábitos de compra de los clientes reales y potenciales con el fin de adecuar el producto o servicio a las necesidades, motivaciones y hábitos de compra.
- d) Se han identificado nichos de mercado en los que la empresa puede tener oportunidades comerciales, aplicando técnicas de análisis adecuadas.
- e) Se ha analizado el mercado e identificado los segmentos o grupos de clientes con potencial de compra y comercialmente atractivos para la empresa, utilizando criterios de volumen y frecuencia de compra, grado de fidelización, identificación con la marca y capacidad de diferenciación del producto, entre otros.
- f) Se han elaborado informes con las conclusiones de los análisis de datos realizados, utilizando la aplicación informática adecuada.

RA2. Define la política del producto, analizando las características, atributos y utilidades del producto o servicio para su adecuación a las necesidades y perfil de los clientes a los que va dirigido.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los atributos del producto o servicio, en función de su naturaleza, su utilidad y las necesidades que puede satisfacer y de la percepción y motivos de compra del consumidor al que va dirigido.
- b) Se ha elaborado una base de datos de los productos, líneas, familias y categorías de productos que comercializa la empresa, incorporando la información relevante sobre las características técnicas, usos, presentación, envase y marca de los mismos.
- c) Se ha realizado un análisis comparativo de los productos o servicios con los de la competencia, comparando las características técnicas, utilidades, presentación, marca y envase, entre otros.
- d) Se ha determinado el posicionamiento del producto, servicio o gama de productos en el mercado utilizando distintos ratios, tasa de crecimiento, cuotas de mercado, matriz de crecimiento-participación de BCG y otras técnicas de análisis.
- e) Se ha analizado el ciclo de vida de diferentes productos para determinar en qué fase del mismo se encuentran.
- f) Se ha actualizado la información sobre productos o servicios, recogiendo la información de la red de ventas, los distribuidores y las tiendas o grupos de clientes, utilizando la herramienta informática adecuada.
- g) Se han definido las posibles estrategias comerciales en política de producto, teniendo en cuenta el ciclo de vida del producto y el perfil del cliente al que va dirigido.
- h) Se han elaborado informes sobre productos, servicios o líneas de productos, analizando la imagen de marca, el posicionamiento y las posibles estrategias comerciales.

RA3. Define la política de precios de los productos o servicios, analizando los costes, la demanda, la competencia y demás factores que intervienen en la formación y cálculo de los precios.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha identificado la normativa legal vigente relativa a precios y comercialización de los productos o servicios, para su aplicación en la política de precios de la empresa.
- b) Se han identificado los factores que determinan el precio de venta del producto, considerando los costes de fabricación y distribución, las comisiones, márgenes y descuentos y teniendo en cuenta el ciclo de vida del producto, su posicionamiento y la estrategia de comercialización.
- c) Se ha evaluado el efecto de las variaciones en los costes de fabricación y comercialización sobre el precio de venta final del producto y sobre el volumen de ventas, analizando la elasticidad de la demanda del producto o servicio.
- d) Se ha calculado el precio de venta del producto, a partir del escandallo de costes de fabricación y distribución.
- e) Se ha calculado el margen bruto del producto o servicio, a partir del análisis de los componentes del coste, el punto muerto y la tendencia del mercado, proponiendo posibles mejoras en los márgenes.
- f) Se ha realizado un análisis comparativo del precio del producto o servicio respecto a los de la competencia, analizando las causas de las diferencias.
- g) Se han analizado las distintas estrategias en política de precios, teniendo en cuenta los costes, el ciclo de vida del producto, los precios de la competencia y las características del segmento de mercado al que va dirigido.
- h) Se han elaborado informes sobre precios de productos, servicio o líneas de productos, para la toma de decisiones.

RA4. Selecciona la forma y canal de distribución más adecuado para cada producto, servicio o gama de productos, analizando las alternativas de distribución disponibles.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado las funciones de la distribución comercial, valorando su importancia estratégica dentro del marketing-mix.
- b) Se han caracterizado las distintas formas de venta, en función del sector, el tipo de producto o servicio y tipo de cliente.
- c) Se han clasificado los distintos canales de distribución en función del número y tipo de intermediarios, grado de asociación entre los mismos y funciones que realizan.
- d) Se ha realizado un análisis comparativo de distintas estructuras de distribución comercial, analizando los niveles del canal, número y tipo de intermediarios y valorando la posibilidad de distribución online.
- e) Se ha seleccionado el canal de distribución más adecuado, en función de la estrategia de distribución propia y ajena y de la cobertura del mercado que se pretende alcanzar.
- f) Se han analizado los distintos tipos de contratos de intermediación comercial en los que se formaliza la relación entre los fabricantes y la red de distribución y venta.
- g) Se ha calculado el coste de distribución comercial considerando todos los elementos que lo integran.
- h) Se han elaborado informes sobre distribución comercial, a partir de los datos de análisis de costes, tiempos, intermediarios disponibles y estrategias viables, para la toma de decisiones.

RA5. Selecciona las acciones de comunicación más adecuadas para lanzar nuevos productos y servicios o prolongar su permanencia en el mercado y reforzar así la imagen corporativa y de marca, evaluando las distintas alternativas disponibles.

Criterios de evaluación:

- a) Se han definido los objetivos de la política de comunicación, considerando las características del público objetivo o targets que se pretenden alcanzar.
- b) Se han caracterizado las distintas formas y tipos de acciones que integran el mix de comunicación.
- c) Se han diferenciado los instrumentos y tipos de acciones de comunicación, en función del público objetivo, imagen corporativa y los objetivos y estrategias de la organización.
- d) Se ha realizado un análisis comparativo de distintas acciones de comunicación en función del impacto previsto, los objetivos, el presupuesto y medios y los soportes disponibles en el mercado de medios de comunicación.
- e) Se han definido las variables de frecuencia, periodo y plazos de las acciones de comunicación, en función de criterios de eficiencia y efectividad del impacto en el público objetivo, de los logros de acciones anteriores, las acciones de los competidores y el presupuesto disponible.
- f) Se ha evaluado la capacidad de la organización para ejecutar o contratar las acciones de comunicación, en función de los recursos disponibles y de los medios de comunicación que han de utilizarse.
- g) Se han seleccionado las acciones de comunicación y promoción más adecuadas para lanzar nuevos productos o prolongar su permanencia en el mercado, reforzando la imagen corporativa y de marca.
- h) Se ha elaborado un informe base de la política de comunicación, conteniendo los objetivos y targets o público objetivo y el análisis de los medios disponibles.

RA6. Elabora briefings de productos, servicios o marcas para la ejecución o la contratación externa de acciones de comunicación, relacionando las variables del marketing-mix, los objetivos comerciales y el perfil de los clientes.

Criterios de evaluación:

- a) Se han definido los objetivos y finalidad del briefing de un producto, servicio o marca, para el desarrollo de las acciones de marketing.
- b) Se ha caracterizado la estructura del briefing y los elementos que lo componen, en función del tipo de acción de marketing y del destinatario del mismo.
- c) Se han seleccionado los datos que se requieren para elaborar la información de base o briefing del producto, servicio o marca, según el tipo de acción que se va a llevar a cabo.
- d) Se ha analizado la información contenida en un briefing, convenientemente caracterizado, señalando el objeto de la misma y obteniendo conclusiones relevantes.
- e) Se ha redactado el briefing de un producto o servicio para una acción de comunicación determinada, de acuerdo con las especificaciones recibidas y utilizando herramientas informáticas y de presentación.

RA7. Elabora el plan de marketing, seleccionando la información de base del producto, precio, distribución y comunicación y relacionando entre sí las variables del marketing-mix.

Criterios de evaluación:

- a) Se han caracterizado las etapas o fases del proceso de planificación comercial y se han identificado las utilidades del plan de marketing.
- b) Se han seleccionado los datos o información de base que será objeto de análisis.
- c) Se ha realizado un análisis de la situación, tanto externo como interno (DAFO), utilizando técnicas estadísticas y aplicaciones informáticas adecuadas.
- d) Se han establecido los objetivos que se pretenden conseguir y se han elegido las estrategias de marketing más adecuadas para alcanzarlos.
- e) Se han establecido las acciones de políticas del producto, precio, distribución y comunicación y las relaciones entre las mismas.
- f) Se ha elaborado el presupuesto, especificando los recursos financieros y humanos que se requieren para llevar a cabo las políticas previstas y el tiempo necesario para la puesta en práctica del plan.
- g) Se ha redactado y presentado el plan de marketing, utilizando las herramientas informáticas adecuadas.

RA8. Realiza el seguimiento y control de las políticas y acciones comerciales establecidas en el plan de marketing, evaluando su desarrollo y el grado de consecución de los objetivos previstos.

Criterios de evaluación:

- a) Se han establecido los procedimientos de seguimiento y control de las políticas del plan de marketing, recogiendo la información de los departamentos y agentes implicados, y de la red de venta y distribución.
- b) Se ha actualizado la información obtenida en el proceso de control de las acciones de marketing, utilizando las aplicaciones y sistemas de información, el SIM, el CRM y otros.
- c) Se han calculado los ratios de control de las acciones del plan de marketing a partir de la información obtenida de otros departamentos, de la red de venta y del SIM.
- d) Se han comparado los resultados obtenidos con los objetivos previstos en el plan de marketing, determinando las desviaciones producidas en la ejecución del mismo.
- e) Se han propuesto medidas correctoras para subsanar las desviaciones y los errores cometidos en la ejecución de las políticas y acciones comerciales.
- f) Se ha revisado la efectividad ético-social de la estrategia de marketing implementada.
- g) Se han elaborado informes de control y evaluación del plan de marketing, recogiendo la información obtenida en el proceso de seguimiento, las desviaciones detectadas y la propuesta de medidas correctoras.

LOS TEMAS QUE SE IMPARTEN SON...

Bloque de Contenidos:

1. La comercialización
2. Mercado, entorno y competencia. Estrategias de marketing.
3. Política de producto.
4. La marca.
5. Política de precios I. Influencia sobre la demanda y los ingresos y los beneficios. La elasticidad.
6. Política de precios II. Métodos y estrategias de fijación de precios.
7. Política de distribución.
8. Contratos de intermediación comercial.
9. Política de comunicación. Promoción de ventas, las relaciones públicas y la venta personal.
10. El plan de marketing.

Secuenciación y temporalización aproximada:

Evaluación	RA	FECHAS
1ª Evaluación.	1	Septiembre- Octubre.
	2	Noviembre – Diciembre.
2ª Evaluación.	3	Diciembre – Enero.
	4	Febrero.
	6	Febrero-Marzo.
3ª Evaluación.	5	Abril.
	7	Mayo.
	8	Mayo – Junio.

ASÍ TRABAJAMOS ...	ASÍ EVALUAMOS ...
<ul style="list-style-type: none"> ■ Metodología mixta. Exposición del docente favoreciendo la interacción profesor – alumno y la participación del mismo. ■ Presentación de informes escritos y orales, haciendo uso de las TIC, de los temas que se le planteen. ■ Resolución de problemas tanto en clase como tarea para casa. ■ Curso paralelo en plataforma Moodle donde se compartirán: <ul style="list-style-type: none"> ○ Apuntes de teoría por cada tema. ○ Hojas con cuestiones y problemas. ○ Presentaciones por cada unidad. ○ Material de refuerzo y ampliación (problemas resueltos, videos didácticos, enlaces de interés...). ○ Artículos económicos. 	<p>Procedimientos, instrumentos y técnicas de evaluación:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Observación sistemática. Se registrará el desempeño del alumnado en el día a día, a partir de rúbricas basadas en los criterios de evaluación más relacionados con el trabajo en equipo, el procesamiento de información, la reflexión, la participación en debates, etc. ■ Tareas en el aula y en casa. Cuestionarios por vía telemática, actividades, y ejercicios, realizados en Canva, Word o Excel... Se entregarán siempre dentro del plazo establecido. Solo se aceptarán tareas fuera de plazo por ausencia del alumno o alumna debidamente justificada. Las tareas no entregadas se calificarán con cero. Se tendrá en cuenta la organización, presentación, expresión escrita y ortografía, el conocimiento de los procedimientos y conceptos implicados y las soluciones encontradas a las dificultades. ■ Trabajos e informes. Monografías, investigaciones, presentaciones orales, elaboración de las presentaciones en Canva... Se tendrá en cuenta la organización, presentación, expresión escrita y ortografía, el conocimiento de los procedimientos y conceptos implicados y las soluciones encontradas a las dificultades, para lo que se utilizará la rúbrica para la evaluación de los mismos. ■ Pruebas escritas. Se realizarán, normalmente, al final de cada unidad didáctica. La no asistencia a una prueba escrita supondrá una calificación de cero en dicha prueba. Solo se repetirá una prueba escrita si la falta de asistencia está debidamente justificada, realizándose el mismo día que el alumno o alumna se incorpore a clase. Si se detecta que un alumno o alumna está copiando durante una prueba escrita, esta se calificará automáticamente con un cero. ■ Rúbrica. Para aquellos criterios o instrumentos que lo requieran. <p>Calificación:</p> <p>La información recabada mediante los instrumentos de evaluación permitirá calificar cada criterio de evaluación asociado a los saberes básicos tratados en cada una de las unidades didácticas, de modo que al finalizar cada bloque se calculará el promedio de cada uno de los criterios, y con todos ellos el promedio de cada competencia específica.</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Los criterios de evaluación serán puntuados de 0 a 10 cada vez que se evalúen. A partir de la media aritmética de los criterios de evaluación asociados se obtendrá una nota de 0 a 10 por cada competencia específica. La competencia específica se considerará superada cuando su calificación sea igual o mayor que 5. ■ La calificación de cada bloque se obtiene como la media ponderada de las notas obtenidas en los 8 resultados de aprendizaje del módulo. ■ Para aprobar el módulo en la evaluación ordinaria es necesario obtener una calificación igual o mayor que 5. En cada evaluación se informará al alumnado de su

	<p>progreso mediante una calificación de 0 a 10 calculada mediante el procedimiento anteriormente indicado.</p> <p>Para obtener la calificación tanto de las evaluaciones parciales como de la evaluación final, procedemos ponderando cada criterio de evaluación en función de su mayor o menor contribución a alcanzar el resultado de aprendizaje, de forma que para cada parcial el total de ponderaciones sume el máximo a calificar, esto es el 100% y posteriormente calculemos la calificación multiplicando la nota obtenida a través de cada instrumento por la ponderación de cada criterio de evaluación. Para informar de la calificación pasamos la suma de los criterios de evaluación utilizados a base 10, con independencia del peso del resultado de aprendizaje que se utilizará para el cálculo de la calificación final. La calificación del módulo profesional se expresará en un valor numérico de 1 a 10, sin decimales.</p> <p>Se considerarán positivas las iguales o superiores a 5 y negativas las restantes.</p> <p>La ponderación se establecerá de la siguiente forma:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La evaluación de los criterios mediante los instrumentos: pruebas escritas u orales, trabajo en grupo, supuestos teórico-prácticos, tendrán un valor de 80% de la calificación del RA asociado. Si en una evaluación no se utilizaran estos instrumentos este porcentaje pasará a ser incluido en la ponderación del resto de instrumentos de evaluación utilizados. - La evaluación de los criterios mediante los instrumentos: actividades prácticas de aula, y/o trabajos relacionados con contenidos procedimentales, trabajos colaborativos, portfolio entre otros tendrán un valor del 20% del RA asociado. - La suma ponderada de los RA de cada trimestre sumará el 100%. - La suma ponderada de los RA de los tres trimestres debe de sumar el 100% de las calificaciones del módulo. <p>El alumno/a debe superar todos los RA del módulo, y dentro de estos debe superar todos los criterios de evaluación, de manera que no podrá superar el RA en cuestión si tiene algún criterio suspenso.</p> <p>Mecanismos de recuperación:</p> <p>Para el alumnado que muestre dificultades de aprendizaje, se adoptarán las medidas apropiadas de atención a la diversidad y se diseñarán los programas de refuerzo del aprendizaje necesarios.</p> <p>Aquellos alumnos que no hayan superado alguno de los RA evaluados, procederán a completar trabajos y actividades que refuercen esos RA y realizarán una recuperación personalizada de los mismos. Las recuperaciones de cada parcial se llevarán a cabo una vez realizada la sesión de evaluación correspondiente.</p> <p>Si el alumno sigue sin recuperar los RA, tras las recuperaciones parciales pertinentes, se le realizará una recuperación personalizada en la evaluación final de junio, que incluirá únicamente los RA no superados durante el curso escolar.</p>
--	---

Si desea más información puede consultarla en la programación de cada materia disponible en la página web del Centro.



I.E.S. MANUEL DE FALLA
Avda. de Palestina s/n
Puerto Real (Cádiz)

CUADRO RESUMEN DE LA PROGRAMACIÓN

DEPARTAMENTO: MARKETING Y PUBLICIDAD

CICLO: CFGS MARKETING Y PUBLICIDAD

MÓDULO: TRABAJO DE CAMPO EN LA INVESTIGACIÓN COMERCIAL (TCIC)

CURSO: 2º

EL ALUMNADO TIENE QUE SABER...

RA1. Planifica el trabajo de campo de los encuestadores/entrevistadores, estableciendo los medios y recursos necesarios y las pautas de actuación de acuerdo con el plan de investigación.

Criterios de evaluación:

- Se ha elaborado el plan de trabajo de campo de una investigación de mercados y de opinión, fijando los objetivos, los recursos necesarios y las fases del proceso, en función del medio y la forma de obtención de los datos.
- Se ha determinado la finalidad de la dirección por objetivos en cuanto a definición de objetivos, responsabilidades, competencias personales, plazos, motivación, apoyo técnico-emocional y toma de decisiones.
- Se ha establecido el método para el reparto de objetivos colectivos e individuales entre los miembros del equipo, fomentando la responsabilidad compartida y la transparencia en la gestión e información.
- Se han aplicado técnicas de comunicación, presentación y reuniones de equipo para explicar los objetivos y el plan de trabajo de campo a los miembros del equipo.
- Se han establecido los recursos necesarios para la realización del trabajo de campo según el medio y forma de encuesta (PAPI, CAPI, MCAPI, CATI y CAWI, entre otros).
- Se ha programado el trabajo de campo en el plazo previsto para cumplir los objetivos del plan de investigación, utilizando cronogramas y aplicaciones de gestión de tareas.
- Se ha elaborado el cuaderno de campo de cada miembro del equipo, estableciendo los objetivos del trabajo de campo, el número de entrevistas que hay que realizar y la duración de las mismas, de acuerdo con la normativa laboral y de prevención de riesgos en el trabajo.
- Se ha planificado la hoja de ruta de cada encuestador, con las indicaciones para la localización física y/o selección, en su caso, de las personas que hay que entrevistar.

RA2. Determina las características del personal de campo y los criterios de selección de los encuestadores, atendiendo a las necesidades y requerimientos del plan de investigación comercial.

Criterios de evaluación:

- Se ha determinado el número de encuestadores necesarios para realizar el trabajo de campo de un determinado estudio comercial.
- Se han descrito los puestos de trabajo del personal de campo, definiendo las tareas y funciones que tienen que desarrollar los encuestadores/entrevistadores.
- Se ha descrito el perfil de los candidatos, definiendo las características que se exigen a los encuestadores/entrevistadores, de acuerdo con los objetivos y requerimientos del plan de investigación comercial.
- Se han determinado las acciones para el reclutamiento de los candidatos a encuestadores/entrevistadores.

- e) Se han establecido los criterios de selección, el procedimiento y los instrumentos que hay que utilizar para seleccionar al personal de campo.
- f) Se ha creado una base de datos con la información de los candidatos preseleccionados, asegurando su confidencialidad y disposición para otros estudios comerciales.
- g) Se ha mantenido actualizada la base de datos de los candidatos preseleccionados, constituyendo una bolsa de encuestadores para atender las posibles bajas durante el proceso o en posteriores investigaciones.

RA3. Define los planes de formación, perfeccionamiento y reciclaje de un equipo de encuestadores, atendiendo a las necesidades detectadas y las especificaciones recibidas, para mejorar su capacitación, eficiencia y eficacia.

Criterios de evaluación:

- a) Se han detectado las necesidades de formación, tanto individuales como colectivas, del equipo de encuestadores, para la realización eficiente y eficaz del trabajo de campo.
- b) Se han fijado los objetivos del plan de formación de los encuestadores, en función de los objetivos de la investigación comercial y las necesidades detectadas.
- c) Se han determinado los medios y recursos necesarios para la formación del equipo de encuestadores/entrevistadores, de acuerdo con los objetivos formativos establecidos.
- d) Se ha diseñado el plan de formación inicial de los encuestadores, en función de los objetivos de la investigación, los métodos de recogida de datos, el tipo de cuestionario, los requerimientos del trabajo que hay que realizar y el presupuesto disponible.
- e) Se ha programado la formación de los encuestadores, tanto teórica como de campo, aplicando técnicas de organización del trabajo y programación de tareas.
- f) Se ha determinado la metodología didáctica aplicable, adecuándola a las características del equipo, las necesidades formativas detectadas y los objetivos establecidos.
- g) Se ha elaborado el plan de formación continua, perfeccionamiento y actualización del equipo de encuestadores, adecuándolo a los objetivos y necesidades de la organización, en función del presupuesto establecido.
- h) Se ha evaluado el plan de formación de los encuestadores, valorando la adquisición de conocimientos y competencias que determinan su capacitación y profesionalización.

RA4. Establece un sistema de motivación y remuneración del equipo de encuestadores/entrevistadores, que facilite el cumplimiento del plan de investigación.

Criterios de evaluación:

- a) Se han establecido los valores que la organización desea transmitir y los objetivos del plan de investigación, adecuando a los mismos las estrategias y comportamientos.
- b) Se han identificado los distintos estilos de mando y liderazgo aplicables a equipos de trabajo y se han propuesto técnicas de dinámica de grupos para el trabajo en equipo.
- c) Se ha realizado un análisis comparativo entre el perfil de los miembros del equipo de encuestadores y sus roles en la dinamización y motivación del grupo.
- d) Se han identificado las competencias profesionales y personales que debe tener el jefe de campo y/o responsable de un equipo de encuestadores/entrevistadores.
- e) Se han determinado los principales aspectos y elementos de motivación y satisfacción en el trabajo de un equipo de encuestadores/entrevistadores.
- f) Se han establecido los incentivos económicos para el personal de campo en función de parámetros de rendimiento y productividad prefijados, conocidos y evaluables.
- g) Se ha analizado la jornada laboral efectiva de los equipos de encuestadores y las formas de retribución habituales, en función de distintas situaciones laborales.
- h) Se ha establecido el sistema de remuneración del equipo de trabajo de campo más adecuado, atendiendo a los requerimientos del plan de investigación y a la política de recursos humanos de la organización.

RA5. Interpreta el cuestionario y las instrucciones recibidas para la realización de la encuesta, utilizando con eficacia los medios disponibles para garantizar la exactitud y validez de las respuestas. RA5 DUALIZADO 22 HORAS

Criterios de evaluación:

- a) Se ha identificado el cuestionario, las instrucciones y demás elementos de la encuesta, prestando especial interés a los tipos de preguntas, la documentación de apoyo y la normativa y códigos éticos de realización de encuestas.
- b) Se ha repetido reiteradamente el cuestionario hasta familiarizarse con su contenido, identificando las dudas y buscando soluciones con el material de apoyo.
- c) Se han aplicado las normas y criterios establecidos en el plan de trabajo de campo, para la localización, contacto y selección de los entrevistados, de acuerdo con los medios y modalidad de encuesta (PAPI, CAPI, MCAPI, CATI y CAWI, entre otros).
- d) Se ha simulado la realización de la encuesta, respetando el orden de las preguntas, el ritmo y el tiempo estimado en el cuaderno de trabajo y evitado los prejuicios y valoraciones interpretativas que pudieran sesgar la información aportada por el encuestado.
- e) Se ha completado el cuestionario, registrando o grabando las respuestas en impreso o soporte informático, incluidos los datos personales del encuestado, cumpliendo las normas de protección de datos, códigos éticos ESOMAR y otros.
- f) Se ha establecido la actitud que hay que adoptar frente a los encuestados para lograr su atención y confianza, respetando sus derechos, de acuerdo con el código ético ESOMAR y otros, con objeto de que la información sea fiable, veraz y adecuada al objeto del estudio.
- g) Se han atendido y resuelto, con responsabilidad y eficacia, las incidencias, quejas y reclamaciones surgidas durante la encuesta, de acuerdo con lo establecido en el plan de trabajo y solicitando, en su caso, el apoyo del responsable de la investigación.
- h) Se han elaborado informes con la información derivada de las incidencias, reclamaciones y resoluciones adoptadas, utilizando aplicaciones informáticas.

RA6. Establece el sistema de evaluación y control del trabajo de campo y el desempeño de los miembros del equipo, aplicando técnicas de supervisión y control para asegurar la calidad del proceso. RA6 DUALIZADO 20 HORAS.

Criterios de evaluación:

- a) Se comprobado la cumplimentación completa de los cuestionarios, identificando los aspectos no cumplimentados y proponiendo medidas correctoras para su validación.
- b) Se han comprobado el cumplimiento de las cuotas de respuesta y las encuestas realizadas, de acuerdo con los niveles establecidos en el plan de investigación comercial.
- c) Se ha establecido el sistema de control de la recogida de datos mediante la comprobación de una muestra de los entrevistados por ruta/día/entrevistador, para asegurar la veracidad de los datos obtenidos en la encuesta.
- d) Se han establecido sistemas de control permanente de las formas de contacto y cuotas muestrales, para garantizar que los encuestados se ajustan al perfil que exige el estudio.
- e) Se han comparado los datos obtenidos por cada miembro del equipo con la media del equipo y con los promedios de la organización, proponiendo medidas correctoras para reconducir las desviaciones detectadas hacia la consecución de los objetivos previstos.
- f) Se ha realizado la evaluación del trabajo de campo de cada miembro del equipo, incluyendo, en su caso, propuestas de mejora y proponiendo primas o retribuciones de los encuestadores en función de los resultados.
- g) Se han redactado informes sobre el seguimiento y control del trabajo de campo, de acuerdo con las especificaciones recibidas, incluyendo gráficos y tablas que faciliten la interpretación de la información y utilizando las aplicaciones informáticas adecuadas.
- h) Se ha recogido en el informe la evaluación de los objetivos y los errores detectados, incluyendo, en su caso, recomendaciones, sugerencias y/o propuestas de mejora.

LOS TEMAS QUE SE IMPARTEN SON...

Contenidos básicos:

1. Planificación del trabajo de campo de una investigación comercial.
2. Determinación de las características del personal de campo y criterios de selección de los encuestadores
3. Definición de planes de formación
4. Sistemas de motivación y remuneración del equipo de trabajo de campo
5. Interpretación del cuestionario e instrucciones recibidas para la realización de la encuesta.
6. Sistema de evaluación del trabajo de campo y desempeño del equipo de trabajo.

Secuenciación y temporalización aproximada:

UNIDAD DIDÁCTICA	Horas	Trim.	RA asociados	Ponderación
UD1.	15	1º	RA1.	15%
UD2.	15	1º	RA2.	15%
UD5. DUAL	22	2º	RA5.	22%
UD6. DUAL	20	2º	RA6.	18%
UD3.	15	3º	RA3.	15%
UD4.	18	3º	RA4.	15%

ASÍ TRABAJAMOS...

Se procederá a la explicación de los contenidos, en algunos casos se trabajará a través del flipped classroom o clase invertida, durante la explicación y/o una vez finalizada se realizarán actividades a nivel individual y/o en grupo de cada unidad didáctica para la aplicación de los conocimientos adquiridos durante la misma.

El contenido de las tareas y el proyecto se trabajarán en base a metodologías activas basadas en el aprendizaje cooperativo, por proyectos, por investigación, reflexivo y aprendiendo a pensar.

En cada una de ellas se indicará la tarea a realizar y los criterios de evaluación, recibiendo el alumnado una retroalimentación a las tareas entregadas.

ASÍ EVALUAMOS...

Procedimientos, instrumentos y técnicas de evaluación:

En la evaluación se calificarán: procedimientos y comprensión de los conceptos; actitudes que se manifiesten en clase, destrezas desarrolladas, empleo de técnicas de trabajo, capacidad de investigación, metodología utilizada, realizaciones, etc.

Existen múltiples procedimientos que se pueden utilizar en la evaluación; no obstante, teniendo en cuenta las características del módulo profesional, algunos de los que se pueden utilizar son los siguientes:

- Al finalizar cada RA se valorará positivamente las tareas realizadas y el interés de los estudiantes por aclarar dudas, exponiendo correctamente sus dificultades.
- Se evaluará la actitud y el comportamiento permanente en clase, valorando positivamente a aquellos estudiantes que tomen iniciativas relacionadas con el desarrollo de los contenidos del módulo,

Las distintas tareas y/o actividades se confeccionarán teniendo en cuenta los objetivos, los contenidos trabajados y los resultados de aprendizaje que se desean alcanzar y buscando siempre potenciar las inteligencias múltiples que sean aplicables en cada una de ellas.

Las diferentes actividades a realizar durante el desarrollo de las unidades de trabajo, serán seleccionadas de entre las siguientes:

- **Expositivas:** En las que se explicarán los contenidos conceptuales.
- **Motivadoras:** Para provocar el interés por los contenidos.
- **De Indagación/Investigación:** Como su nombre indica se usan para la investigación, se suelen trabajar los contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales
- **De Desarrollo:** Se realizan para los contenidos procedimentales.
- **De Consolidación:** Se realizan para afianzar el aprendizaje para cerrar el
- **De Refuerzo:** Se usan para atender a la diversidad en el ritmo del aprendizaje
- **De Ampliación:** Se usan para aquel alumnado que aprende rápidamente y puede dar más.
- **Complementarias/Extraescolares:** Son las que se realizan fuera del aula para complementar el currículo o trabajar otros aspectos.
- **Tipos de agrupamiento:** se realizarán en función de las tareas a realizar por parejas o grupos de 3/4 personas como máximo (salvo excepciones circunstanciales).

Al finalizar cada unidad temática, normalmente se realizará evaluación competencial a través de una prueba oral o escrita y con las actividades, proyectos, trabajos en grupo, etc., el alumnado podrá demostrar que los conceptos adquiridos le han llevado a adquirir las competencias necesarias.

Con esta metodología, se pretende que el alumnado se acerque lo máximo a la realidad de las empresas relacionadas con el transporte y la logística, para que sea capaz de integrar en su futuro profesional los contenidos aprendidos.

En este módulo se usarán los siguientes instrumentos que me proporcionan interesantes informaciones para el proceso de la evaluación:

que participen activamente en las tareas que se propongan y en los debates que se realicen.

- Se efectuarán pruebas o controles objetivos y/o actividades o tareas individuales o grupales con una doble finalidad: por un lado, evaluar el nivel de conocimientos de cada alumno y, por otro, inducir a que los alumnos pregunten sus dudas, lo cual les permitirá interiorizar y relacionar los principales conceptos.
- Se podrá sustituir los controles por realización de trabajos con o sin exposiciones.
- El profesorado propondrá la realización de trabajos individuales y en grupo sobre temas de actualidad relacionados con los contenidos que se están desarrollando en clase. Se valorará positivamente los trabajos cuyo contenido sea de calidad, incluyan documentación, estén bien presentados, expongan con claridad las ideas y conclusiones personales.
- En la modalidad presencial, **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.

Calificación:

Los contenidos de cada prueba escrita objetiva, que irán asociados a los CE y los RA que corresponda. Se valorarán de acuerdo con los criterios especificados en cada una de ellos y la ponderación respecto al módulo.

Las pruebas prácticas tendrán que ser presentadas en el plazo establecido, no serán calificadas aquellas que se presenten fuera del plazo establecido salvo causa justificada. Aquellos instrumentos que se utilicen como parte del proceso formativo serán evaluados como PS o PNS, prueba superada /prueba no superada, AP/NAP Apto o No Apto, llevando siempre una retroalimentación sobre su ejecución.

Calificación trimestral:

Las actividades propuestas para el trimestre serán valoradas en función del trabajo realizado en el centro educativo y según los instrumentos propuestos en esta programación. La calificación trimestral tendrá un carácter meramente informativo de su evolución, ya que la calificación obtenida en cada RA está ponderada durante todo el curso escolar.

- **Cuaderno del profesor.**

Todas las actividades que se van desarrollando, al tiempo que constituyen el desarrollo de lo programado, permiten ir tomando datos sobre el progreso de los alumnos/as y sobre las dificultades para él mismo.

- **Realización de actividades de clase.**

Cada RA está asociado a una ficha de actividades prácticas que permitirán ir conociendo la asimilación de los contenidos estudiados en el desarrollo del RA y la calidad y eficiencia de las mismas.

- **Realización de controles o pruebas prácticas.**

Al final de cada RA se realizará una prueba que permitirá valorar los conocimientos adquiridos de los contenidos que incluye cada RA y el grado de consecución de los objetivos incluidos en dicho RA. Dicha valoración se hará conforme a los criterios de evaluación recogidos en cada uno de dichos RA.

- **Realización de resúmenes al final de cada unidad.**

Individualmente o por grupos, se puede proponer la realización de resúmenes del contenido del RA o realizarlos a través de la herramienta Socrative.

- **Realización de tareas/trabajos.**

En cada RA se propondrán una o dos tareas, trabajos o proyectos que permitirán valorar los conocimientos adquiridos de los contenidos que incluyen cada RA y el grado de consecución de los objetivos incluidos en dicho RA. Dicha valoración se hará conforme a los criterios de evaluación recogidos para cada tarea/trabajo/proyecto.

Instrumentos a utilizar:

- **Escalas de valoración.** Se utilizarán en algunas tareas individuales y los controles teóricos y prácticos, en las que se valorará la consecución de los criterios de evaluación.

- **Rúbricas.** Se utilizarán tanto en tareas individuales como en tareas cooperativas, donde se valorarán todas las competencias.

- **Portfolio.** Se utilizarán para los proyectos que conlleven la incorporación de distintos documentos a evaluar.

- **Para superar cada RA,** el alumnado deberá obtener una **nota media de 5** teniendo en cuenta los porcentajes estipulados para cada apartado en los criterios de calificación citados.

- **Para superar una evaluación,** el alumnado deberá obtener **en todos los RA** que la integran una calificación **mínima de 5.**

- Al ser la nota de la evaluación Al ser la nota de la evaluación un número entero del 1 al 10, cuando al aplicar los criterios antes expuestos se obtenga una cifra con decimales, ésta se redondeará a la unidad superior a partir del sexto decimal. Este criterio se aplicará tanto para el cálculo de la nota de evaluación como para la nota final de curso.

Cuando **un RA** (de los que se han desarrollado durante el trimestre) **no esté superado, la calificación será inferior a 5** en el boletín de calificaciones.

Calificación anual:

Será la suma de la calificación obtenida en los diferentes RA según la ponderación relacionada anteriormente.

Mecanismos de recuperación:

Para el alumnado que muestre dificultades de aprendizaje, se adoptarán las medidas apropiadas de atención a la diversidad y se diseñarán los programas de refuerzo del aprendizaje necesarios.

Aquellos alumnos que no hayan superado alguno de los RA evaluados, procederán a completar trabajos y actividades que refuercen esos RA y realizarán una recuperación personalizada de los mismos.

Las recuperaciones de cada parcial se llevarán a cabo una vez realizada la sesión de evaluación correspondiente.

Si el alumno sigue sin recuperar los RA, tras las recuperaciones parciales pertinentes, se le realizará una recuperación personalizada en la evaluación final de junio, que incluirá únicamente los RA no superados durante el curso escolar.



CUADRO RESUMEN DE LA PROGRAMACIÓN

DEPARTAMENTO: MARKETING

CICLO: CFGS MARKETING Y PUBLICIDAD

MÓDULO: RELACIONES PÚBLICAS Y ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

CURSO: 2º

EL ALUMNADO TIENE QUE SABER...

RA1. Establece los objetivos e instrumentos de las relaciones públicas de la empresa, cumpliendo con lo establecido en la estrategia de comunicación del plan de marketing.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha valorado la importancia de las relaciones públicas como instrumento de comunicación de la empresa.
- b) Se han clasificado los tipos de instrumentos de relaciones públicas, según el ámbito en el que se desarrollan y los destinatarios a los que se dirigen.
- c) Se han diferenciado las actividades de patrocinio y mecenazgo que puede realizar una empresa.
- d) Se ha analizado la vinculación de las relaciones públicas con los medios de comunicación.
- e) Se ha seleccionado el instrumento de relaciones públicas más adecuado al cumplimiento de los objetivos planificados.
- f) Se ha planificado la estrategia para optimizar una campaña de relaciones públicas.

RA2. Caracteriza la organización de eventos de marketing, determinando los plazos y la forma de realización de acuerdo al *briefing*, a los criterios y al presupuesto establecidos en el plan de marketing. DUAL

Criterios de evaluación:

- a) Se han diferenciado los tipos de eventos utilizados habitualmente en las acciones de marketing y comunicación en función de sus objetivos y del público al que se dirigen.
- b) Se han identificado los recursos, lugar, equipos, instalaciones y medios necesarios, para la realización de un determinado tipo de evento.
- c) Se han identificado los permisos y licencias necesarios para la realización de un evento.
- d) Se han determinado las fases y actividades que han de realizarse en un determinado evento.
- e) Se ha elaborado el programa, calendario y cronograma general de un evento de marketing y comunicación.
- f) Se han establecido los plazos y la forma de difusión del evento, utilizando herramientas y técnicas de comunicación *online* y *offline*.
- g) Se han determinado los participantes y medios necesarios para la realización de una rueda de prensa.

RA3 Define el plan de relaciones con proveedores, actores y agentes participantes en un evento de marketing, cumpliendo condiciones, plazos y presupuesto previstos. DUAL

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los proveedores necesarios para la realización de un evento de marketing.
- b) Se han evaluado ofertas de proveedores de eventos en función de criterios de precio, servicios añadidos y condiciones de prestación, entre otros.
- c) Se han determinado las gestiones necesarias para alquilar o contratar un lugar y los medios para la celebración de un evento de marketing.
- d) Se han coordinado los servicios complementarios de *catering*, azafatas, técnicos de sonido y alquiler de equipos, entre otros.
- e) Se han registrado en una base de datos los proveedores y servicios contratados, respetando la normativa de protección de datos y privacidad de la organización.

RA4. Determina las normas de protocolo y ceremonial para la celebración de eventos de marketing y comunicación, programando la intervención de los asistentes y determinando su tratamiento protocolario durante la celebración del evento.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha identificado el protocolo y ceremonial adecuado al tipo de evento de marketing.
- b) Se ha establecido el orden de precedencia de los asistentes al evento, según la normativa oficial, usos y costumbres del sector, rango y representación institucional de los asistentes, criterios de la organización y programa del evento.
- c) Se ha determinado el tratamiento protocolario a los asistentes a un evento, de acuerdo con la jerarquía, rango y representación institucional.
- d) Se ha programado la intervención de los asistentes, intervinientes, representantes de los medios u otros agentes, de acuerdo con el protocolo, orden establecido y usos.
- e) Se ha seleccionado el lugar de colocación y situación de elementos, paneles, carteles, escudos, banderas oficiales o de la organización, de acuerdo con la normativa vigente y el protocolo empresarial.

RA5. Determina las actitudes y aptitudes que hay que adoptar en la asistencia, coordinación y supervisión de los eventos de marketing, cumpliendo las normas de protocolo y diferenciación jerárquica.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha analizado la importancia de una atmósfera positiva y una actuación educada y amable en el desarrollo de un evento.
- b) Se han analizado los aspectos más importantes de la imagen personal en la celebración de actos y eventos de marketing.
- c) Se han analizado los errores más frecuentes en las actitudes y aptitudes de los actores y agentes participantes en un evento.
- d) Se han aplicado técnicas de comunicación verbal y no verbal según unas pautas y protocolo definido.

RA6. Evalúa los resultados del desarrollo de distintos tipos de actos y eventos de marketing, elaborando informes de control.

Criterios de evaluación:

- a) Se han definido los indicadores de calidad y eficacia operativa en la celebración de eventos.
- b) Se han identificado las incidencias y problemas más habituales en el desarrollo de eventos de marketing y las posibles medidas para subsanarlos.
- c) Se han analizado los sistemas utilizados habitualmente para el control y la evaluación de resultados de un evento o acción de comunicación.
- d) Se han identificado los aspectos que indican el nivel de satisfacción de los públicos objetivos.
- e) Se ha redactado un informe de evaluación de resultados a partir de los resultados de un cuestionario de satisfacción y los datos de la ejecución de un evento.

LOS TEMAS QUE SE IMPARTEN SON...

Bloque de Contenidos:

- **Unidad 1.** Esta unidad está dedicada a las RR. PP. dentro de la estrategia de comunicación de la empresa, su concepto y fines, así como la definición de imagen corporativa y su diseño manual corporativo de relaciones públicas.
- **Unidad 2.** Está dedicada a los objetivos de la organización, preparación y desarrollo de un evento y sus tipos, así como tanto a los actos empresariales como sociales.
- **Unidad 3.** Esta unidad explica la dimensión y ubicación de espacios, los proveedores y la evaluación de ofertas y servicios. También estudia la protección de datos y privacidad.
- **Unidad 4.** Unidad dedicada al protocolo, tipos de actos y eventos, actos y ceremoniales, normas de uso y costumbres.
- **Unidades 5.** Unidad que estudia los tipos de comunicación, así como la imagen de una corporación.
- **Unidad 6.** Habla de la supervisión, seguimiento y control de eventos, calidad de estos, análisis y conclusiones, así como los cuestionarios de satisfacción.

Secuenciación y temporalización aproximada:

UD	CARGA LECTIVA	NUMERO HORAS	EVALUACIÓN	UNIDADES	RA	CE
UD 1	14%	11	1º	UD 1	1	A, B, C, D
UD 2	27%	22	1º	UD 2	2, 3	RA 2: A, B, C, D, E, F RA 3: A, B
UD 3	16%	14	1º	UD 3	3	A, B, C, D, E
UD 4	11%	9	2º	UD 4	4	A, B, C, D
UD 5	16%	14	2º	UD 5	5	A, B, C, D
UD 6	16%	14	2º	UD 6	6	A, B, C, D, E

ASÍ TRABAJAMOS...	ASÍ EVALUAMOS...
<ul style="list-style-type: none"> ■ Metodología mixta. Exposición del docente favoreciendo la interacción profesor – alumno y la participación del mismo. ■ Presentación de informes escritos y orales, haciendo uso de las TIC, de los temas que se le planteen. ■ Resolución de problemas tanto en clase como tarea para casa. ■ Curso paralelo en plataforma Moodle donde se compartirán: <ul style="list-style-type: none"> - Apuntes de teoría por cada tema. - Actividades con cuestiones y problemas. - Presentaciones por cada unidad. - Material de refuerzo y ampliación (problemas resueltos, videos didácticos, enlaces de interés...). - Artículos sobre revistas de marketing. ■ Se le recomienda al alumno el libro de la editorial Paraninfo. 	<p>Procedimientos, instrumentos y técnicas de evaluación:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Observación sistemática. Se registrará el desempeño del alumnado en el día a día, a partir de rúbricas basadas en los criterios de evaluación más relacionados con el trabajo en equipo, el procesamiento de información, la reflexión, la participación en debates, etc. ■ Tareas en el aula y en casa. Cuestionarios por vía telemática, actividades, y ejercicios, realizados en Canva, Word o Excel... Se entregarán siempre dentro del plazo establecido. Solo se aceptarán tareas fuera de plazo por ausencia del alumno o alumna debidamente justificada. Las tareas no entregadas se calificarán con cero. Se tendrá en cuenta la organización, presentación, expresión escrita y ortografía, el conocimiento de los procedimientos y conceptos implicados y las soluciones encontradas a las dificultades. ■ Trabajos e informes. Monografías, investigaciones, presentaciones orales, elaboración de las presentaciones en Canva... Se tendrá en cuenta la organización, presentación, expresión escrita y ortografía, el conocimiento de los procedimientos y conceptos implicados y las soluciones encontradas a las dificultades, para lo que se utilizará la rúbrica para la evaluación de los mismos. ■ Pruebas escritas. Se realizarán, normalmente, al final de cada unidad didáctica. La no asistencia a una prueba escrita supondrá una calificación de cero en dicha prueba. Solo se repetirá una prueba escrita si la falta de asistencia está debidamente justificada, realizándose el mismo día que el alumno o alumna se incorpore a clase. Si se detecta que un alumno o alumna está copiando durante una prueba escrita, esta se calificará automáticamente con un cero. ■ Rúbrica. Para aquellos criterios o instrumentos que lo requieran.

Calificación:

Los criterios de calificación se extraerán del currículo establecido en la orden del Ciclo Formativo. Son concreciones que valoran los resultados de aprendizaje y nos permiten evaluar indicadores que miden el conocimiento que ha alcanzado el alumnado evaluado.

Un RA se alcanza cuando todos los criterios de evaluación asociados a los mismos demuestran un nivel aceptable de los logros programados y son superados.

En la siguiente tabla mostramos la ponderación dada a cada RA y sus correspondientes criterios:

RESULTADOS APRENDIZAJE	100%	Criterios de evaluación	100%
RA1.	20%	A, B, C, D, E	20% cada uno
RA2	20%	A, B, C, D, E	20%
RA3	20%	A, B, C, D, E	20%
RA4	20%	A, B, C, D, E	20%
RA5	10%	A, B, C, D	25%
RA6	10%	A, B, C, D, E	20%

Para obtener la calificación tanto de las evaluaciones parciales como de la evaluación final, procedemos ponderando cada criterio de evaluación en función de su mayor o menor contribución a alcanzar el resultado de aprendizaje, de forma que para cada parcial el total de ponderaciones sume el máximo a calificar, esto es el 100% y posteriormente calculemos la calificación multiplicando la nota obtenida a través de cada instrumento por la ponderación de cada criterio de evaluación. Para informar de la calificación pasamos la suma de los criterios de evaluación utilizados a base 10, con independencia del peso del resultado de aprendizaje que se utilizará para el cálculo de la calificación final. La calificación del módulo profesional se expresará en un valor numérico de 1 a 10, sin decimales.

Se considerarán positivas las iguales o superiores a cinco y negativas las restantes.

La ponderación se establecerá de la siguiente forma:

La evaluación de los criterios mediante los instrumentos: pruebas escritas u orales, trabajo en grupo, supuestos teórico-prácticos, tendrán un valor de 80% de la calificación del RA asociado. Si en una evaluación no se utilizaran estos instrumentos este porcentaje pasará a ser incluido en la ponderación del resto de instrumentos de evaluación utilizados.

- La evaluación de los criterios mediante los instrumentos:

actividades prácticas de aula, y/o trabajos relacionados con contenidos procedimentales, trabajos colaborativos, portfolio entre otros tendrán un valor del 20% del RA asociado.

- La suma ponderada de los RA de cada trimestre sumará el 100%.

- La suma ponderada de los RA de los tres trimestres debe de sumar el 100% de las calificaciones del módulo.

El alumno/a debe superar todos los RA del módulo, y dentro de estos debe superar todos los criterios de evaluación, de manera que no podrá superar el RA en cuestión si tiene algún criterio suspenso.

Mecanismos de recuperación:

Para el alumnado que muestre dificultades de aprendizaje, se adoptarán las medidas apropiadas de atención a la diversidad y se diseñarán los programas de refuerzo del aprendizaje necesarios.

Aquellos alumnos que no hayan superado alguno de los RA evaluados, procederán a completar trabajos y actividades que refuercen esos RA y realizarán una recuperación personalizada de los mismos.

Las recuperaciones de cada parcial se llevarán a cabo una vez realizada la sesión de evaluación correspondiente.

Si el alumno sigue sin recuperar los RA, tras las recuperaciones parciales pertinentes, se le realizará una recuperación personalizada en la evaluación final de junio, que incluirá únicamente los RA no superados durante el curso escolar.

Evaluación continua

La evaluación continua en la Formación Profesional es un pilar esencial para el progreso académico de los estudiantes, respaldado por la normativa.

En la modalidad presencial, **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.



I.E.S. MANUEL DE FALLA
Avda. de Palestina s/n
Puerto Real (Cádiz)

CUADRO RESUMEN DE LA PROGRAMACIÓN

DEPARTAMENTO: MARKETING Y PUBLICIDAD

CICLO: CFGS MARKETING Y PUBLICIDAD

MÓDULO: PROYECTO DE MARKETING Y PUBLICIDAD

CURSO: 2º

EL ALUMNADO TIENE QUE SABER...

R1. Identifica necesidades del sector productivo, relacionándolas con proyectos tipo que las puedan satisfacer.

- a) Se han clasificado las empresas del sector por sus características organizativas y el tipo de producto o servicio que ofrecen.
- b) Se han caracterizado las empresas tipo, indicando la estructura organizativa y las funciones de cada departamento.
- c) Se han identificado las necesidades más demandadas a las empresas.
- d) Se han valorado las oportunidades de negocio previsibles en el sector.
- e) Se ha identificado el tipo de proyecto requerido para dar respuesta a las demandas previstas.
- f) Se han determinado las características específicas requeridas en el proyecto.
- g) Se han determinado las obligaciones fiscales, laborales y de prevención de riesgos, y sus condiciones de aplicación.
- h) Se han identificado posibles ayudas o subvenciones para la incorporación de las nuevas tecnologías de producción o de servicio que se proponen.
- i) Se ha elaborado el guion de trabajo que se va a seguir para la elaboración del proyecto.

R2. Diseña proyectos relacionados con las competencias expresadas en el título, incluyendo y desarrollando las fases que lo componen.

- a) Se ha recopilado información relativa a los aspectos que van a ser tratados en el proyecto.
- b) Se ha realizado el estudio de viabilidad técnica del mismo.
- c) Se han identificado las fases o partes que componen el proyecto y su contenido.
- d) Se han establecido los objetivos que se pretenden conseguir, identificando su alcance.
- e) Se han previsto los recursos materiales y personales necesarios para realizarlo.
- f) Se ha realizado el presupuesto económico correspondiente.
- g) Se han identificado las necesidades de financiación para la puesta en marcha del mismo.
- h) Se ha definido y elaborado la documentación necesaria para su diseño.
- i) Se han identificado los aspectos que se deben controlar para garantizar la calidad del proyecto.

R3. Planifica la ejecución del proyecto, determinando el plan de intervención y la documentación asociada.

- a) Se han secuenciado las actividades ordenándolas en función de las necesidades de desarrollo.
- b) Se han determinado los recursos y la logística necesarias para cada actividad.
- c) Se han identificado las necesidades de permisos y autorizaciones para llevar a cabo las actividades.
- d) Se han determinado los procedimientos de actuación o ejecución de las actividades.
- e) Se han identificado los riesgos inherentes a la ejecución, definiendo el plan de prevención de riesgos y los medios y equipos necesarios.
- f) Se ha planificado la asignación de recursos materiales y humanos y los tiempos de ejecución.
- g) Se ha hecho la valoración económica que da respuesta a las condiciones de su puesta en práctica.
- h) Se ha definido y elaborado la documentación necesaria para la ejecución.

RA4. Define los procedimientos para el seguimiento y control en la ejecución del proyecto, justificando la selección de variables e instrumentos empleados.

- a) Se ha definido el procedimiento de evaluación de las actividades o intervenciones.
- b) Se han definido los indicadores de calidad para realizar la evaluación.
- c) Se ha definido el procedimiento para la evaluación de las incidencias que puedan presentarse durante la realización de las actividades, su posible solución y registro.
- d) Se ha definido el procedimiento para gestionar los posibles cambios en los recursos y en las actividades, incluyendo el sistema de registro de los mismos.
- e) Se ha definido y elaborado la documentación necesaria para la evaluación de las actividades y del proyecto.
- f) Se ha establecido el procedimiento para la participación de los usuarios o clientes en la evaluación y se han elaborado los documentos específicos.
- g) Se ha establecido un sistema para garantizar el cumplimiento del pliego de condiciones del proyecto, cuando este existe.

LOS TEMAS QUE SE IMPARTEN SON...

Contenidos básicos:

- 1. Introducción. Presentación del proyecto.
- 2. La agencia; Forma jurídica. Descripción del producto o servicio. Visión, misión y valores...
- 3. Análisis de la situación.
- 4. Plan financiero de la empresa.
- 5. Plan de marketing.
- 6. Servicios de marketing.
- 7. Técnicas de medición de resultados.

Secuenciación y temporalización aproximada:

Horas	Trimestre.	RA asociado	Ponderación
15	1	RA1.	20%
15	1	RA2.	20%
15	1 y 2	RA3.	20%
11	2	RA4.	20%
4	3	RA5.	20%

ASÍ TRABAJAMOS...	ASÍ EVALUAMOS...
<p>Se procederá a la explicación de los contenidos, el contenido del proyecto se trabajará en base a metodologías activas basadas en el aprendizaje cooperativo, por proyectos, por investigación, reflexivo y aprendiendo a pensar. En cada una de ellas se indicará la tarea a realizar y los criterios de evaluación, recibiendo el alumnado una retroalimentación a las tareas entregadas.</p> <p>Las distintas tareas y/o actividades se confeccionarán teniendo en cuenta los objetivos, los contenidos trabajados y los resultados de aprendizaje que se desean alcanzar y buscando siempre potenciar las inteligencias múltiples que sean aplicables en cada una de ellas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tipos de agrupamiento: se realizarán en grupos de 3/4 personas como máximo (salvo excepciones circunstanciales). <p>Con esta metodología, se pretende que el alumnado se acerque lo máximo a la realidad de las empresas relacionadas con el transporte y la logística, para que sea capaz de integrar en su futuro profesional los contenidos aprendidos.</p> <p>En este módulo se usarán la Moodle centros con la planificación de entregas parciales para realizar un correcto seguimiento del desarrollo del proyecto.</p> <p>Instrumentos por utilizar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Escalas de valoración. Se utilizarán en algunas tareas individuales y los controles teóricos y prácticos, en las que se valorará la consecución de los criterios de evaluación. • Rúbricas. Se utilizarán tanto en tareas individuales como en tareas cooperativas, donde se valorarán todas las competencias. • Portfolio. Se utilizarán para los proyectos que conlleven la incorporación de distintos documentos a evaluar. 	<p>Procedimientos, instrumentos y técnicas de evaluación:</p> <p>En la evaluación se calificarán: procedimientos y comprensión de los conceptos; actitudes que se manifiesten en clase, destrezas desarrolladas, empleo de técnicas de trabajo, capacidad de investigación, metodología utilizada, realizaciones, etc.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se evaluará la actitud y el comportamiento permanente en clase, valorando positivamente a aquellos estudiantes que tomen iniciativas relacionadas con el desarrollo de los contenidos del módulo, que participen activamente en las tareas que se propongan y en los debates que se realicen. <p>Calificación:</p> <p>Los contenidos de cada prueba escrita objetiva, que irán asociados a los CE y los RA que corresponda. Se valorarán de acuerdo con los criterios especificados en cada una de ellos y la ponderación respecto al módulo.</p> <p>Las pruebas prácticas tendrán que ser presentadas en el plazo establecido, no serán calificadas aquellas que se presenten fuera del plazo establecido salvo causa justificada. Aquellos instrumentos que se utilicen como parte del proceso formativo serán evaluados como PS o PNS, prueba superada /prueba no superada, AP/NAP Apto o No Apto, llevando siempre una retroalimentación sobre su ejecución.</p> <p>Calificación trimestral:</p> <p>Las actividades propuestas para el trimestre serán valoradas en función del trabajo realizado en el centro educativo y según los instrumentos propuestos en esta programación.</p> <p>La calificación trimestral tendrá un carácter meramente informativo de su evolución, ya que la calificación obtenida en cada RA está ponderada durante todo el curso escolar.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Para superar cada RA, el alumnado deberá obtener una nota media de 5 teniendo en cuenta los porcentajes estipulados para cada apartado en los criterios de calificación citados. • Para superar una evaluación, el alumnado deberá obtener en todos los RA que la integran una calificación mínima de 5.

<p>Mecanismos de recuperación:</p> <p>Para el alumnado que muestre dificultades de aprendizaje, se adoptarán las medidas apropiadas de atención a la diversidad y se diseñarán los programas de refuerzo del aprendizaje necesarios. Aquellos alumnos que no hayan superado alguno de los RA evaluados, procederán a completar trabajos y actividades que refuercen esos RA y realizarán una recuperación personalizada de los mismos.</p> <p>Las recuperaciones de cada parcial se llevarán a cabo una vez realizada la sesión de evaluación correspondiente. Si el alumno sigue sin recuperar los RA, tras las recuperaciones parciales pertinentes, se le realizará una recuperación personalizada en la evaluación final de junio, que incluirá únicamente los RA no superados durante el curso escolar.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Al ser la nota de la evaluación un número entero del 1 al 10, cuando al aplicar los criterios antes expuestos se obtenga una cifra con decimales, ésta se redondeará a la unidad superior a partir del sexto decimal. Este criterio se aplicará tanto para el cálculo de la nota de evaluación como para la nota final de curso. <p>Cuando un RA (de los que se han desarrollado durante el trimestre) no esté superado, la calificación será inferior a 5 en el boletín de calificaciones.</p> <p>Calificación anual: Será la suma de la calificación obtenida en los diferentes RA según la ponderación relacionada anteriormente.</p> <p>Evaluación continua.</p> <p>La evaluación continua en la formación profesional es un pilar esencial para el progreso académico de los estudiantes, respaldado por la normativa.</p> <p>En la modalidad presencial, 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 % de la duración total del módulo, ámbito o proyecto, a partir de la fecha en la que el alumno se haya matriculado.</p>
---	--

Si desea más información puede consultarla en la programación de cada materia disponible en la página web del Centro.,



CUADRO RESUMEN DE LA PROGRAMACIÓN

DEPARTAMENTO: MARKETING

CICLO: CFGS MARKETING Y PUBLICIDAD

MÓDULO: LANZAMIENTO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS (LPS)

CURSO: 2º

EL ALUMNADO TIENE QUE SABER...

RA1. Recopila la información necesaria para el lanzamiento de un producto o servicio, organizando la información disponible en el SIM de la empresa, el briefing del producto o servicio, la red de ventas y los datos de clientes.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado las fuentes de datos que facilitan información relevante para la definición de las acciones y estrategias de marketing aplicables para el lanzamiento de un producto o servicio al mercado.
- b) Se ha organizado la información del SIM, el briefing del producto o servicio, la red de ventas y de la aplicación de gestión de las relaciones con clientes (CrM).
- c) Se ha organizado la información obtenida de los clientes y de la red de ventas, utilizando la herramienta informática disponible y garantizando la confidencialidad y el cumplimiento de la legislación de protección de datos personales.
- d) Se han analizado las características e información disponible sobre el producto, servicio o gama de productos con vistas a su comercialización.
- e) Se han analizado y estructurado los datos de la actividad comercial de la empresa, evolución y volumen de ventas, segmentos del mercado y perfil de clientes, posicionamiento del producto, propuestas de los distribuidores y sugerencias de los clientes.
- f) Se han determinado las oportunidades de mercado de la empresa, aplicando técnicas de análisis adecuadas, con el fin de identificar nichos de mercado en los que la empresa pueda introducir su producto o servicio.
- g) Se han elaborado los ficheros maestros de clientes, reales y potenciales, con los datos más relevante de cada cliente, utilizando la aplicación informática adecuada.
- h) Se ha interpretado la normativa legal que regula la comercialización de productos, servicios y marcas.

RA2. Elabora el argumentario de ventas del producto o servicio para su presentación a la red de ventas, contribuyendo a la mejora del posicionamiento del producto en el mercado, la fidelización de los clientes y el incremento de las ventas.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los principales retos ambientales y sociales.
- a) Se ha elaborado el argumentario de ventas, destacando los puntos fuertes y débiles del producto o servicio, resaltando sus ventajas respecto a los de la competencia, presentando las soluciones a los problemas del cliente y aportando técnicas de venta.
- b) Se han previsto las posibles objeciones del cliente y se han establecido las técnicas de venta y refutación adecuadas para su tratamiento
- c) Se han recogido en el argumentario y en las acciones de comunicación, las propuestas de mejora de la red de venta y en los distribuidores, basadas en las objeciones, quejas, reclamaciones y sugerencias de los clientes.

- d) Se ha elaborado el argumentario de ventas online, formulando los argumentos y el tratamiento de las posibles objeciones de acuerdo con las posibilidades de comercio electrónico y respetando la normativa legal sobre comercialización y publicidad.
- e) Se ha programado la presentación del producto o servicio a la red de venta, propia y ajena, temporalizando su desarrollo de acuerdo con el plan de ventas y el plan de lanzamiento y de comunicación, del producto.
- f) Se ha preparado la documentación y el material de apoyo necesario para la presentación y demostración del producto o servicio a la red de ventas.
- g) Se ha organizado la presentación del producto a los distribuidores y comerciales, utilizando técnicas de comunicación adecuadas para la transmisión convincente de las cualidades del producto, el argumentario de ventas, el tipo de cliente al que se dirige y la actitud que hay que adoptar en la atención al cliente durante la promoción y venta del producto.
- h) Se ha establecido el adecuado plan de formación y motivación de la red de venta para la aplicación de las acciones de marketing y la consecución de los objetivos fijados.

RA3. Define las acciones de marketing y promoción adecuadas para lanzar al mercado un producto o servicio o prolongar su permanencia en el mercado, reforzando su posicionamiento y su imagen de marca frente a los de la competencia. (DUAL)

Criterios de evaluación:

- a) Se han establecido los objetivos que hay que conseguir con las acciones comerciales y estrategias de marketing, diferenciando las acciones aplicables según el tipo de producto, la forma de venta, el tipo de distribuidor y el perfil del cliente al que se dirigen.
- b) Se ha interpretado la normativa vigente en materia de promociones, premios, regalos, concursos, rebajas y ventas especiales, analizando su incidencia en el diseño y aplicación de las estrategias de marketing y comunicación.
- c) Se han definido las acciones de comunicación y de merchandising para incentivar la venta de productos de diferente naturaleza, teniendo en cuenta las pautas de comportamiento del consumidor en el punto de venta y las estrategias comerciales de la competencia.
- d) Se han seleccionado las acciones de marketing y comunicación más idóneas teniendo en cuenta las características del producto o servicio, la fórmula de venta, la oportunidad del momento, los recursos disponibles y el perfil del cliente al que van dirigidas.
- f) Se han organizado las acciones de comercialización comunicación y promoción, temporalizando las actividades y calculando los recursos y servicios profesionales necesarios, de acuerdo con lo establecido en el plan de marketing y la identidad corporativa de la empresa.
- g) Se han definido las acciones de marketing y de comunicación online, los buscadores, banners, enlaces y sitios web promocionales, respetando la normativa vigente y los códigos de conducta de comercialización y publicidad online.

RA4. Programa las actividades de lanzamiento e implantación del producto o servicio en el mercado, aplicando las técnicas y estrategias de marketing establecidas. (DUAL)

Criterios de evaluación:

- a) Se han interpretado las instrucciones de las acciones de marketing y de comunicación comercial de acuerdo con el briefing del producto y los acuerdos con los distribuidores.
- b) Se han determinado los recursos y el personal necesarios para la implantación del producto en la red de venta, organizando las actividades y recursos, de acuerdo con las instrucciones recibidas y según el plan y cronograma previsto.
- c) Se han coordinado las actividades de comunicación, promoción y de animación en el punto de venta previstas en el plan de marketing, de acuerdo con los departamentos, agentes y distribuidores responsables, de acuerdo con el tipo de soporte, emplazamiento e indicadores visuales previstos en la acción y según el cronograma previsto.
- d) Se han supervisado los medios, materiales y soportes comerciales definidos en cada una de las acciones comerciales, comprobando que cumplen con las características, tipo de comunicación y efectos sobre el consumidor, para detectar posibles errores y aplicar las medidas oportunas para subsanarlos.

e) Se ha establecido el emplazamiento adecuado del soporte de comunicación en condiciones de seguridad, higiene y prevención de riesgos, en coordinación con los responsables en el punto de venta y teniendo en cuenta el espacio disponible, los lugares de paso y los efectos psicológicos que produce en el consumidor.

f) Se ha establecido la implantación del producto en el punto de venta y los lineales de acuerdo con el planograma previsto, utilizando aplicaciones informáticas de distribución y aplicación del espacio disponible y teniendo en cuenta el tipo de productos, inventario y tasas de reposición previstas.

g) Se han coordinado las acciones de marketing directo, telemarketing y en la web, de acuerdo con lo establecido en el plan de marketing y el plan de lanzamiento del producto.

h) Se han diseñado las acciones de merchandising y comunicación online en la tienda virtual, de acuerdo con el plan de marketing online.

RA5. Establece las medidas de seguimiento y control del lanzamiento e implantación del producto o servicio, evaluando el grado de consecución de los objetivos previstos.

Criterios de evaluación:

a) Se han definido los procedimientos de seguimiento del lanzamiento e implantación de productos y servicios en la red de ventas, para detectar con rapidez y celeridad las desviaciones respecto a los objetivos fijados. b) Se han fijado los parámetros y estándares de control, para evaluar la eficacia de las campañas promocionales, acciones de merchandising y acciones de marketing directo aplicadas.

c) Se han establecido los métodos para comprobar el cumplimiento de las instrucciones dadas a los promotores, reponedores, escaparatistas y otros actores de la red de venta propia y ajena.

d) Se han propuesto medidas para detectar a tiempo y solucionar los posibles imprevistos surgidos en el desarrollo de las acciones de lanzamiento e implantación del producto en el punto de venta, de acuerdo con el planograma y con las instrucciones recibidas.

e) Se han evaluado los resultados del lanzamiento e implantación del producto, calculando y analizando las desviaciones respecto a los objetivos previstos y proponiendo las oportunas medidas correctoras.

f) Se han calculado ratios de control para determinar la rentabilidad y eficacia de la campaña de comunicación y las acciones de marketing directo, utilizando la hoja de cálculo.

g) Se ha comprobado que la información ofrecida sobre el producto o servicio y sobre las comunicaciones cumple con las características establecidas.

h) Se han elaborado informes con los resultados de los procesos de evaluación y control de la actividad comercial, utilizando las aplicaciones informáticas adecuadas.

LOS TEMAS QUE SE IMPARTEN SON...

Bloque de Contenidos:

1. Introducción. Conceptos básicos para el lanzamiento de productos.
2. Las fuentes de información.
3. E Oportunidades de mercado y fases del lanzamiento.
4. El argumentario de ventas y la presentación a la red comercial.
5. Acciones de Marketing.
6. Acciones de promoción de ventas.
7. Programación e implantación del producto o servicio en el mercado.
8. Control de las desviaciones sobre objetivos.
9. Técnicas de medición de resultados.

Secuenciación y temporalización aproximada:

UNIDAD DIDÁCTICA	Horas	Trim.	RA asociados
UD1.	8	1	RA1, RA2.
UD2.	10	1	RA1, RA2.
UD3.	12	1	RA3.
UD4.	12	1	RA2.
UD5.	14	1	RA3
UD6.	9	2	RA3.
UD7.	9	2	RA4.
UD8.	4	2	RA4. RA5
UD9.	6	2	RA5

ASÍ TRABAJAMOS...

- Metodología mixta. Exposición del docente favoreciendo la interacción profesor – alumno y la participación del mismo.
- Presentación de informes escritos y orales, haciendo uso de las TIC, de los temas que se le planteen.
- Resolución de actividades tanto en clase como tarea para casa.
- Curso paralelo en plataforma Moodle donde se compartirán:
 - Apuntes de teoría por cada tema.
 - Hojas con cuestiones y actividades.
 - Presentaciones por cada unidad.
 - Material de refuerzo y ampliación (casos resueltos, videos didácticos, enlaces de interés...).
 - Artículos revistas marketing.

ASÍ EVALUAMOS...

Procedimientos, instrumentos y técnicas de evaluación:

- **Observación sistemática.** Se registrará el desempeño del alumnado en el día a día, a partir de rúbricas basadas en los criterios de evaluación más relacionados con el trabajo en equipo, el procesamiento de información, la reflexión, la participación en debates, etc.
- **Tareas en el aula y en casa.** Cuestionarios por vía telemática, actividades, y casos, realizados en Canva, Word o Excel... Se entregarán siempre dentro del plazo establecido. Solo se aceptarán tareas fuera de plazo por ausencia del alumno o alumna debidamente justificada. Las tareas no entregadas se calificarán con cero. Se tendrá en cuenta la organización, presentación, expresión escrita y ortografía, el conocimiento de los procedimientos y conceptos implicados y las soluciones encontradas a las dificultades.
- **Trabajos e informes.** Monografías, investigaciones, presentaciones orales, elaboración de las presentaciones en Canva... Se tendrá en cuenta la organización, presentación, expresión escrita y ortografía, el conocimiento de los procedimientos y conceptos implicados y las soluciones encontradas a las dificultades, para lo que se utilizará la rúbrica para la evaluación de los mismos.

	<p>■ Pruebas escritas. Se realizarán, normalmente, al final de cada unidad didáctica. La no asistencia a una prueba escrita supondrá una calificación de cero en dicha prueba. Solo se repetirá una prueba escrita si la falta de asistencia está debidamente justificada, realizándose el mismo día que el alumno o alumna se incorpore a clase. Si se detecta que un alumno o alumna está copiando durante una prueba escrita, esta se calificará automáticamente con un cero.</p> <p>■ Rúbrica. Para aquellos criterios o instrumentos que lo requieran.</p> <p>Calificación:</p> <p>La información recabada mediante los instrumentos de evaluación permitirá calificar cada criterio de evaluación asociado a los saberes básicos tratados en cada una de las unidades didácticas, de modo que al finalizar cada bloque se calculará el promedio de cada uno de los criterios, y con todos ellos el promedio de cada competencia específica.</p> <p>■ Los criterios de evaluación serán puntuados de 0 a 10 cada vez que se evalúen. A partir de la media aritmética de los criterios de evaluación asociados se obtendrá una nota de 0 a 10 por cada competencia específica. La competencia específica se considerará superada cuando su calificación sea igual o mayor que 5.</p> <p>■ La calificación de cada bloque se obtiene como la media ponderada de las notas obtenidas en los 8 resultados de aprendizaje del módulo.</p> <p>■ Para aprobar el módulo en la evaluación ordinaria es necesario obtener una calificación igual o mayor que 5. En cada evaluación se informará al alumnado de su progreso mediante una calificación de 0 a 10 calculada mediante el procedimiento anteriormente indicado.</p> <p>Para obtener la calificación tanto de las evaluaciones parciales como de la evaluación final, procedemos ponderando cada criterio de evaluación en función de su mayor o menor contribución a alcanzar el resultado de aprendizaje, de forma que para cada parcial el total de ponderaciones sume el máximo a calificar, esto es el 100% y posteriormente calculemos la calificación multiplicando la nota obtenida a través de cada instrumento por la ponderación de cada criterio de evaluación.</p>
--	--

Para informar de la calificación pasamos la suma de los criterios de evaluación utilizados a base 10, con independencia del peso del resultado de aprendizaje que se utilizará para el cálculo de la calificación final. La calificación del módulo profesional se expresará en un valor numérico de 1 a 10, sin decimales.

Se considerarán positivas las iguales o superiores a 5 y negativas las restantes.

La ponderación se establecerá de la siguiente forma:

- La evaluación de los criterios mediante los instrumentos: pruebas escritas u orales, trabajo en grupo, supuestos teórico-prácticos, tendrán un valor de 80% de la calificación del RA asociado. Si en una evaluación no se utilizaran estos instrumentos este porcentaje pasará a ser incluido en la ponderación del resto de instrumentos de evaluación utilizados.

- La evaluación de los criterios mediante los instrumentos:

actividades prácticas de aula, y/o trabajos relacionados con contenidos procedimentales, trabajos colaborativos, portfolio entre otros tendrán un valor del 20% del RA asociado.

- La suma ponderada de los RA de cada trimestre sumará el 100%.

- La suma ponderada de los RA de los tres trimestres debe de sumar el 100% de las calificaciones del módulo.

El alumno/a debe superar todos los RA del módulo, y dentro de estos debe superar todos los criterios de evaluación, de manera que no podrá superar el RA en cuestión si tiene algún criterio suspenso.

Mecanismos de recuperación:

Para el alumnado que muestre dificultades de aprendizaje, se adoptarán las medidas apropiadas de atención a la diversidad y se diseñarán los programas de refuerzo del aprendizaje necesarios.

Aquellos alumnos que no hayan superado alguno de los RA evaluados, procederán a completar trabajos y actividades que refuercen esos RA y realizarán una recuperación personalizada de los mismos.

	<p>Las recuperaciones de cada parcial se llevarán a cabo una vez realizada la sesión de evaluación correspondiente.</p> <p>Si el alumno sigue sin recuperar los RA, tras las recuperaciones parciales pertinentes, se le realizará una recuperación personalizada en la evaluación final de junio, que incluirá únicamente los RA no superados durante el curso escolar.</p> <p>La evaluación continua:</p> <p>La evaluación continua en la Formación Profesional es un pilar esencial para el progreso académico de los alumnos, respaldado por la normativa:</p> <p>En la modalidad presencial, la evaluación continua de los aprendizajes requerirá la asistencia regular y obligatoria, <u>tanto en el centro docente como en la fase de formación en empresa u organismo equiparado</u>, 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.</p>
--	--

Si desea más información puede consultarla en la programación de cada materia disponible en la página web del Centro.



I.E.S. MANUEL DE FALLA
Avda. de Palestina s/n
Puerto Real (Cádiz)

CUADRO RESUMEN DE LA PROGRAMACIÓN

DEPARTAMENTO: MARKETING.

CICLO: CFGS MARKETING Y PUBLICIDAD.

MÓDULO: MEDIOS Y SOPORTES DE COMUNICACIÓN.

CURSO: 2º.

EL ALUMNADO TIENE QUE SABER...

RA1. Recopila referencias y datos relevantes de diferentes fuentes de información, organizando el plan de medios publicitarios.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado fuentes de información de medios fiables y/u oficiales, utilizando técnicas de búsqueda online y offline.
- b) Se han reconocido las variables y datos de la campaña de comunicación en medios, a partir del estudio estratégico (briefing) del cliente/anunciante.
- c) Se han considerado todos los medios publicitarios disponibles, según el carácter de la campaña, valorando su difusión online y offline.
- d) Se han obtenido datos de medios y soportes relevantes y fiables, EGM (estudio General de Medios) y OJD (Oficina de Justificación de la difusión para prensa escrita), entre otros.
- e) Se han comparado las mejores ofertas de espacios publicitarios y las condiciones de aparición ofrecidas por las agencias de compras de medios.
- f) Se han presentado los datos obtenidos de los distintos medios publicitarios de forma estructurada.

RA2. Describe los diferentes soportes de comunicación online/offline, distinguiendo sus tipologías y características diferenciadoras.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado las características propias de cada medio publicitario, valorando sus ventajas e inconvenientes.
- b) Se han analizado las características específicas de los medios gráficos, prensa diaria, gratuita, revistas y dominicales.
- c) Se han reconocido las características propias de los medios publicitarios auditivos, radio.
- d) Se han evaluado las características propias de los medios audiovisuales, televisión y cine.
- e) Se han comprobado las características propias de los medios publicitarios exteriores.
- f) Se han comprobado las características propias del marketing directo, buzoneo y mailing.
- g) Se han reconocido las propiedades publicitarias de los medios online, Internet.
- h) Se ha evaluado la información divulgada por la empresa, con el fin de crear un clima favorable hacia ella misma (publicity) como medio de difusión no sujeto a la ley o normativa publicitaria.

RA3. Colabora en la elaboración del plan de medios publicitarios, seleccionando los soportes de comunicación adecuados a los objetivos establecidos.

Criterios de evaluación:

- a) Se han cursado, a cada soporte y medio, las órdenes relativas a la emisión del plan de medios, según las previsiones de tiempo y forma establecidas.
- b) Se han definido las obligaciones y responsabilidades del anunciante y de la agencia en la contratación publicitaria.
- c) Se ha ordenado la información obtenida de la investigación de medios en un cuadro de mando y/o gestión.
- d) Se ha elaborado el plan de medios como plan de inversión publicitaria basado en una selección óptima de medios y soportes.
- e) Se ha calculado, a partir de análisis actualizados de las tarifas y condiciones de los medios, el coste de las opciones, valorando su actualización en el caso de variaciones en los mismos.
- f) Se ha considerado el impacto de las distintas combinaciones utilizando ratios de impacto tipo GrP (gross rating point), CPr (coste por registro), CPM (coste por mil), impacto útil y otros índices de datos objetivos.
- g) Se han transmitido al responsable de la campaña las posibilidades de combinación óptima del plan de medios que resultan del cuadro de mando/gestión de la campaña.

RA4. Realiza el seguimiento de la ejecución del plan de medios publicitarios, controlando su cumplimiento.

Criterios de evaluación:

- a) Se han cursado, a cada soporte y medio, las órdenes relativas a la emisión del plan de medios, según las previsiones de tiempo y forma establecidas.
- b) Se ha monitorizado el seguimiento del plan de medios con todo tipo de instrumentos, lectura, audición y visualización, entre otros.
- c) Se ha comprobado la correcta aparición de los elementos y formas publicitarios en los distintos medios y soportes previstos, de acuerdo con la frecuencia, tiempo y condiciones contratados.
- d) Se han transmitido con prontitud a los responsables los errores, desviaciones u omisiones sobre el plan de medios, de acuerdo con el protocolo establecido para su resolución.
- e) Se han registrado los datos de seguimiento y control del plan de medios en un informe capaz de medir la eficacia, rentabilidad y posibilidades de mejora del plan ejecutado.
- f) Se ha elaborado un informe de control de emisión conforme a las especificaciones recibidas, para su transmisión a los superiores.

RA5. Colabora en la elaboración de informes de cobertura informativa en distintos medios, procesando los datos adquiridos con herramientas informáticas adecuadas.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha confeccionado una base de datos con los medios y soportes de comunicación en los que puedan aparecer noticias relacionadas con nuestra empresa o sector.
- b) Se han rastreado los medios y soportes de comunicación, buscando contenidos relacionados con nuestra actividad.
- c) Se ha realizado la digitalización de los contenidos localizados, de acuerdo con los criterios establecidos y utilizando aplicaciones informáticas adecuadas.
- d) Se han identificado los servicios que ofrecen las empresas de press-clipping, información de la empresa en los medios, de la competencia o de las empresas punteras de nuestro sector, entre otros.
- e) Se han localizado los contenidos y la cobertura informativa realizada, en el caso de los medios no escritos, visionando las imágenes y tomando los datos de tiempo.
- f) Se ha realizado el informe de cobertura informativa, mediática y press-clipping conforme al estilo, edición y criterios de maquetación establecidos.
- g) Se ha transmitido el informe o press clipping a los superiores y personas designadas por la organización.

LOS TEMAS QUE SE IMPARTEN SON...

Bloque de Contenidos:

1. DESCRIPCIÓN DE LOS SOPORTES PUBLICITARIOS EN MEDIOS CONVENCIONALES.
2. DESCRIPCIÓN DE LOS SOPORTES PUBLICITARIOS EN MEDIOS NO CONVENCIONALES.
3. RECOPIACIÓN DE DATOS PARA DISEÑAR UN PLAN DE MEDIOS PUBLICITARIO.
4. NORMATIVA PUBLICITARIA Y MALAS PRÁCTICAS.
5. AGENCIAS DE PUBLICIDAD Y PREPARACIÓN DEL PLAN DE MEDIOS.
6. PREPARACIÓN DEL PLAN DE MEDIOS: PRESUPUESTO Y CALENDARIO.
7. CONTROL DEL PLAN DE MEDIOS.
8. COLABORACIÓN EN LA OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN.

Secuenciación y temporalización aproximada:

UNIDADES	CARGA LECTIVA	N.º HORAS	EVALUACIÓN	UNIDADES	RA	CRITERIOS
UD 1	19 %	20	1ª	UD 1	2	A, B, C, D, E
UD 2	14 %	14	1ª	UD 2	2	F, G, H
UD 3	14 %	14	1ª	UD 3	1	A, B, C, D, E, F
UD 4	14 %	14	2ª	UD 4	3	A, B
UD 5	10 %	9	2ª	UD 5	4	A, B, C, D, E, F
UD 6	10 %	10	2ª	UD 6	3 y 4	RA 3: C, D, E RA 4: A
UD 7	10 %	9	2ª	UD 7	4	B, C, D, E, F
UD 8	15 %	15	3ª	UD 8	5	A, B, C, D, E, F, G
DURACIÓN		105 horas totales.				

ASÍ TRABAJAMOS...	ASÍ EVALUAMOS...
<ul style="list-style-type: none"> ■ Metodología mixta. Exposición del docente favoreciendo la interacción profesor – alumno y la participación del mismo. ■ Presentación de informes escritos y orales, haciendo uso de las TIC, de los temas que se le planteen. ■ Resolución de problemas tanto en clase como tarea para casa. ■ Curso paralelo en plataforma Moodle donde se compartirán: <ul style="list-style-type: none"> ○ Apuntes de teoría por cada tema. ○ Hojas con cuestiones y problemas. ○ Presentaciones por cada unidad. ○ Material de refuerzo y ampliación (problemas resueltos, videos didácticos, enlaces de interés...). ○ Artículos económicos. 	<p>Procedimientos, instrumentos y técnicas de evaluación:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Observación sistemática. Se registrará el desempeño del alumnado en el día a día, a partir de rúbricas basadas en los criterios de evaluación más relacionados con el trabajo en equipo, el procesamiento de información, la reflexión, la participación en debates, etc. ■ Tareas en el aula y en casa. Cuestionarios por vía telemática, actividades, y ejercicios, realizados en Canva, Word o Excel... Se entregarán siempre dentro del plazo establecido. Solo se aceptarán tareas fuera de plazo por ausencia del alumno o alumna debidamente justificada. Las tareas no entregadas se calificarán con cero. Se tendrá en cuenta la organización, presentación, expresión escrita y ortografía, el conocimiento de los procedimientos y conceptos implicados y las soluciones encontradas a las dificultades. ■ Trabajos e informes. Monografías, investigaciones, presentaciones orales, elaboración de las presentaciones en Canva... Se tendrá en cuenta la organización, presentación, expresión escrita y ortografía, el conocimiento de los procedimientos y conceptos implicados y las soluciones encontradas a las dificultades, para lo que se utilizará la rúbrica para la evaluación de los mismos. ■ Pruebas escritas. Se realizarán, normalmente, al final de cada unidad didáctica. La no asistencia a una prueba escrita supondrá una calificación de cero en dicha prueba. Solo se repetirá una prueba escrita si la falta de asistencia está debidamente justificada, realizándose el mismo día que el alumno o alumna se incorpore a clase. Si se detecta

que un alumno o alumna está copiando durante una prueba escrita, esta se calificará automáticamente con un cero.

■ **Rúbrica.** Para aquellos criterios o instrumentos que lo requieran.

Calificación:

Los criterios de calificación se extraerán del currículo establecido en la orden del Ciclo Formativo. Son concreciones que valoran los resultados de aprendizaje y nos permiten evaluar indicadores que miden el conocimiento que ha alcanzado el alumnado evaluado. Un RA se alcanza cuando todos los criterios de evaluación asociados a los mismos demuestran un nivel aceptable de los logros programados y son superados. En la siguiente tabla mostramos la ponderación dada a cada RA y sus correspondientes criterios:

Resultados de Aprendizaje.	100 %	Criterios evaluación	100 %
RA 1.	20 %	a) b) c) d) e) f) g) h)	12,5% cada una
RA 2.	20 %	a) b) c) d) e) f) g) h) i)	11,11%
RA 3.	20 %	a) b) c) d) e) f) g)	14,28%
RA 4.	20 %	a) b) c) d) e) f)	16,66%
RA 5.	20 %	a) b) c) d) e) f) g)	14,28%

Para obtener la calificación tanto de las evaluaciones parciales como de la evaluación final, procedemos ponderando cada criterio de evaluación en función de su mayor o menor contribución a alcanzar el resultado de aprendizaje, de forma que para cada parcial el total de ponderaciones sume el máximo a calificar, esto es el 100% y posteriormente calculemos la calificación multiplicando la nota obtenida a través de cada instrumento por la ponderación de cada criterio de evaluación. Para informar de la calificación pasamos la suma de los criterios de evaluación utilizados a base 10, con independencia del peso del resultado de aprendizaje que se utilizará para el cálculo de la calificación final. La calificación del módulo profesional se expresará en un valor numérico de 1 a 10, sin decimales.

Se considerarán positivas las iguales o superiores a 5 y negativas las restantes.

La ponderación se establecerá de la siguiente forma:

- La evaluación de los criterios mediante los instrumentos: pruebas escritas u orales, trabajo en grupo, supuestos teórico-prácticos, tendrán un valor de 80% de la calificación del RA asociado. Si en una evaluación no se utilizaran estos instrumentos este porcentaje pasará a ser

	<p>incluido en la ponderación del resto de instrumentos de evaluación utilizados.</p> <ul style="list-style-type: none"> - La evaluación de los criterios mediante los instrumentos: actividades prácticas de aula, y/o trabajos relacionados con contenidos procedimentales, trabajos colaborativos, portfolio entre otros tendrán un valor del 20% del RA asociado. - La suma ponderada de los RA de cada trimestre sumará el 100%. - La suma ponderada de los RA de los tres trimestres debe de sumar el 100% de las calificaciones del módulo. <p>El alumno/a debe superar todos los RA del módulo, y dentro de estos debe superar todos los criterios de evaluación, de manera que no podrá superar el RA en cuestión si tiene algún criterio suspenso.</p> <p>Mecanismos de recuperación:</p> <p>Para el alumnado que muestre dificultades de aprendizaje, se adoptarán las medidas apropiadas de atención a la diversidad y se diseñarán los programas de refuerzo del aprendizaje necesarios.</p> <p>Aquellos alumnos que no hayan superado alguno de los RA evaluados, procederán a completar trabajos y actividades que refuercen esos RA y realizarán una recuperación personalizada de los mismos.</p> <p>Las recuperaciones de cada parcial se llevarán a cabo una vez realizada la sesión de evaluación correspondiente.</p> <p>Si el alumno sigue sin recuperar los RA, tras las recuperaciones parciales pertinentes, se le realizará una recuperación personalizada en la evaluación final de junio, que incluirá únicamente los RA no superados durante el curso escolar.</p> <p>La ponderación se establecerá de la siguiente forma:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La evaluación de los criterios mediante los instrumentos: pruebas escritas u orales, trabajo en grupo, supuestos teórico-prácticos, tendrán un valor de superior de la calificación del RA asociado. - La evaluación de los criterios mediante los instrumentos: actividades prácticas de aula, y/o trabajos relacionados con contenidos procedimentales, trabajos colaborativos, portfolio entre otros tendrán un valor del más bajo en el RA asociado. - La suma ponderada de los RA del curso será el 100 %. <p>Evaluación continua.</p> <p>La evaluación continua en la Formación Profesional es un pilar esencial para el progreso académico de los estudiantes, respaldado por la normativa detallada en la Orden de 29 de septiembre de 2010 en la Comunidad Autónoma de Andalucía. Esta modalidad de evaluación se sustenta en la presencia constante y participación activa en las clases.</p> <p>La ausencia no justificada de los alumnos a estas sesiones compromete su derecho a ser evaluados de manera continua, afectando su desempeño y progreso en la materia. En consecuencia, la normativa establece que aquellos estudiantes que incumplen con la asistencia</p>
--	--

	<p>regular pierden este privilegio de evaluación continua. Como alternativa, se les brinda la oportunidad de presentarse a un examen final que reemplace esa evaluación continua perdida debido a las ausencias.</p> <p>En resumen, la falta injustificada a clases puede impactar significativamente en la evaluación del alumno, haciendo necesaria la participación en un examen final para obtener la evaluación correspondiente en la materia.</p>
--	---

Si desea más información puede consultarla en la programación de cada materia disponible en la página web del Centro.



I.E.S. MANUEL DE FALLA
Avda. de Palestina s/n
Puerto Real (Cádiz)

CUADRO RESUMEN DE LA PROGRAMACIÓN

DEPARTAMENTO: MARKETING y PUBLICIDAD

CICLO: CFGS MARKETING Y PUBLICIDAD

MÓDULO: MARKETING DIGITAL (MD)

CURSO: 2º

EL ALUMNADO TIENE QUE SABER...

RA1. Administra los accesos y conexiones a redes públicas, semipúblicas y privadas, utilizando navegadores y buscadores de información especializados en la red pública Internet.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los conceptos esenciales de funcionamiento y uso de la red.
- b) Se han evaluado los distintos sistemas de conexión a la red.
- c) Se ha configurado el acceso al sistema informático en la red.
- d) Se han comprobado las características propias de las intranets y las extranet.
- e) Se han utilizado los principales programas navegadores para moverse por la red.
- f) Se han realizado búsquedas selectivas de información mediante aplicaciones específicas.
- g) Se han utilizado buscadores especializados por temas y otras aplicaciones de búsqueda avanzada.

RA2. Gestiona diversos servicios y protocolos de Internet, manejando programas de correo electrónico y de transferencia de archivos, entre otros.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los elementos que configuran el correo electrónico.
- b) Se ha utilizado el correo electrónico directamente desde la web.
- c) Se han utilizado programas de cliente de correo electrónico para gestionar el envío y la recepción de mensajes.
- d) Se ha identificado el protocolo de red para la transferencia de archivos (FTP) desde un equipo cliente a un servidor.
- e) Se han compartido archivos a través de una red de ordenadores entre iguales (peer-to-peer P2P).
- f) Se ha descargado software gratuito con y sin limitaciones de tiempo de uso.
- g) Se han realizado descargas de vídeos, música y videojuegos, entre otros.

RA3. Define las acciones de marketing y promoción adecuadas para lanzar al mercado un producto o servicio o prolongar su permanencia en el mercado, reforzando su posicionamiento y su imagen de marca frente a los de la competencia.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los formatos electrónicos de factura de mayor o menor complejidad (EDIFACT, XML, PDF, HTML, doc., xls, gif, jpeg o txt, entre otros).
- b) Se ha establecido la transmisión telemática entre ordenadores.
- c) Se ha garantizado la integridad y autenticidad de las transmisiones telemáticas a través de una firma electrónica reconocida.
- d) Se han utilizado aplicaciones específicas de emisión de facturas electrónicas.
- e) Se han utilizado herramientas comunes en Internet relativas a la relación de nuestra empresa con organismos públicos y otras entidades.
- f) Se han probado diversas herramientas de tipo generalista que se utilizan en la red.
- g) Se han identificado los programas perjudiciales para la seguridad e integridad de los datos almacenados en nuestros equipos informáticos.
- h) Se han aplicado las barreras de seguridad necesarias para salvaguardar la información de nuestra empresa.

RA4. Determina la estrategia que se ha de seguir en las interrelaciones con otros usuarios de la red, utilizando programas específicos, foros de comunicación y redes sociales de ámbito empresarial. (RA4 Dualizado 42 horas)

Criterios de evaluación:

- a) Se han utilizado programas web para mantener cibercharlas de texto.
- b) Se han utilizado programas de mensajería instantánea
- c) Se han aplicado sistemas de comunicación oral que utilizan solo sonido o sonido e imagen.
- d) Se han establecido contactos con otros usuarios de la red a través de foros de debate y opinión.
- 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.

RA5. Construye páginas web atractivas para los usuarios de Internet, utilizando criterios de posicionamiento, fácil manejo y persuasión. (RA5 Dualizado 43 horas)

Criterios de evaluación:

- a) Se han redactado las sentencias más utilizadas en lenguaje de etiquetas de hipertexto (HTML).
- b) Se han utilizado programas comerciales que permiten crear de forma sencilla 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 al servidor de Internet ficheros web creados mediante programas especializados en esta tarea.
- e) Se han utilizado programas específicos de inclusión de textos, imágenes y sonido.
- f) Se ha construido una 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.

RA6. Diseña el plan de marketing digital en el mercado online, definiendo soluciones estratégicas mediante la implementación de acciones específicas de desarrollo de la marca comercial.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha preparado un plan de marketing digital que permita alcanzar los objetivos comerciales de la empresa.
- b) Se han definido los procesos de posicionamiento y marketing online.
- c) Se han establecido las pautas que hay que seguir para realizar la publicidad y promoción online.
- d) Se han identificado los elementos que configuran el marketing de buscadores.
- e) Se han evaluado los retos del marketing electrónico: la confianza en los medios de pago, los problemas logísticos y la seguridad.
- f) Se han realizado las tareas necesarias para gestionar y fidelizar a los clientes a través de la red.
- g) Se han identificado las nuevas tendencias de comunicación y relación con el cliente en el marketing digital.
- h) Se han realizado acciones de marketing efectuadas a través de dispositivos móviles.

RA7. Define la política de comercio electrónico de la empresa, estableciendo las acciones necesarias para efectuar ventas on-line.

Criterios de evaluación:

- a) Se han establecido los parámetros necesarios para crear o adaptar un negocio on-line.
- b) Se han definido acciones de captación enfocadas al comercio electrónico.
- c) Se han reconocido los modelos de negocio 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 identificado los aspectos jurídicos y de protección de datos en el comercio electrónico.
- g) Se han establecido los medios de pago que se van a utilizar.
- h) Se han seleccionado los sistemas de seguridad que garanticen la privacidad e invulnerabilidad de las operaciones.
- i) Se han identificado los diferentes tipos de negocios electrónicos existentes.

LOS TEMAS QUE SE IMPARTEN SON...

Contenidos básicos:

1. Administración de los accesos y conexiones a redes
2. Gestión de diversos servicios y protocolos de Internet
3. Determinación de la estrategia que se ha de seguir en las interrelaciones con otros usuarios de la red.
4. Diseño del Plan de Marketing
5. Construcción de páginas web
6. Definición de la política de comercio electrónico de una empresa
7. Realización de la facturación electrónica y otras tareas administrativas de forma telemática.

Secuenciación y temporalización aproximada:

UNIDAD DIDÁCTICA	Horas	Trim.	RA asociados	Ponderación
UD1.	24	1	RA1	12%
UD2.	25	1	RA2.	12%
UD3.	25	1	RA3.	12%
UD4. *Dual	42	1/2	RA4.	20%
UD5. *Dual	43	1/2	RA5	20%
UD6.	26	3	RA6.	12%
UD7.	25	3	RA7.	12%

ASÍ TRABAJAMOS...	ASÍ EVALUAMOS...
<p>Se procederá a la explicación de los contenidos, en algunos casos se trabajará a través del flipped classroom o clase invertida, durante la explicación y/o una vez finalizada se realizarán actividades a nivel individual y/o en grupo de cada unidad didáctica para la aplicación de los conocimientos adquiridos durante la misma.</p> <p>El contenido de las tareas y el proyecto se trabajarán en base a metodologías activas basadas en el aprendizaje cooperativo, por proyectos, por investigación, reflexivo y aprendiendo a pensar. En cada una de ellas se indicará la tarea a realizar y los criterios de evaluación, recibiendo el alumnado una retroalimentación a las tareas entregadas.</p> <p>Las distintas tareas y/o actividades se confeccionarán teniendo en cuenta los objetivos, los contenidos trabajados y los resultados de aprendizaje que se desean alcanzar y buscando siempre potenciar las inteligencias múltiples que sean aplicables en cada una de ellas.</p> <p>Las diferentes actividades a realizar durante el desarrollo de las unidades de trabajo, serán seleccionadas de entre las siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Expositivas: En las que se explicarán los contenidos conceptuales. • Motivadoras: Para provocar el interés por los contenidos. • De Indagación/Investigación: Como su nombre indica se usan para la investigación, se suelen trabajar los contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales. • De Desarrollo: Se realizan para los contenidos procedimentales. • De Consolidación: Se realizan para afianzar el aprendizaje para cerrar el círculo formativo. • De Refuerzo: Se usan para atender a la diversidad en el ritmo del aprendizaje • De Ampliación: Se usan para aquel alumnado que aprende rápidamente y puede dar más. • Complementarias/Extraescolares: Son las que se realizan fuera del aula para complementar el currículo o trabajar otros aspectos. 	<p>Procedimientos, instrumentos y técnicas de evaluación:</p> <p>En la evaluación se calificarán: procedimientos y comprensión de los conceptos; actitudes que se manifiesten en clase, destrezas desarrolladas, empleo de técnicas de trabajo, capacidad de investigación, metodología utilizada, realizaciones, etc.</p> <p>Existen múltiples procedimientos que se pueden utilizar en la evaluación; no obstante, teniendo en cuenta las características del módulo profesional, algunos de los que se pueden utilizar son los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Al finalizar cada RA se valorará positivamente las tareas realizadas y el interés de los estudiantes por aclarar dudas, exponiendo correctamente sus dificultades. • Se evaluará la actitud y el comportamiento permanente en clase, valorando positivamente a aquellos estudiantes que tomen iniciativas relacionadas con el desarrollo de los contenidos del módulo, que participen activamente en las tareas que se propongan y en los debates que se realicen. • Se efectuarán pruebas o controles objetivos y/o actividades o tareas individuales o grupales con una doble finalidad: por un lado, evaluar el nivel de conocimientos de cada alumno y, por otro, inducir a que los alumnos pregunten sus dudas, lo cual les permitirá interiorizar y relacionar los principales conceptos. • Se podrá sustituir los controles por realización de trabajos con o sin exposiciones. • El profesorado propondrá la realización de trabajos individuales y en grupo sobre temas de actualidad relacionados con los contenidos que se están desarrollando en clase. Se valorará positivamente los trabajos cuyo contenido sea de calidad, incluyan documentación, estén bien presentados, expongan con claridad las ideas y conclusiones personales. • En la modalidad presencial, 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.

- **Tipos de agrupamiento:** se realizarán en función de las tareas a realizar por parejas o grupos de 3/4 personas como máximo (salvo excepciones circunstanciales).

Al finalizar cada unidad temática, normalmente se realizará evaluación competencial a través de una prueba oral o escrita y con las actividades, proyectos, trabajos en grupo, etc., el alumnado podrá demostrar que los conceptos adquiridos le han llevado a adquirir las competencias necesarias.

Con esta metodología, se pretende que el alumnado se acerque lo máximo a la realidad de las empresas relacionadas con el transporte y la logística, para que sea capaz de integrar en su futuro profesional los contenidos aprendidos.

En este módulo se usarán los siguientes instrumentos que me proporcionan interesantes informaciones para el proceso de la evaluación:

- **Cuaderno del profesor.**

Todas las actividades que se van desarrollando, al tiempo que constituyen el desarrollo de lo programado, permiten ir tomando datos sobre el progreso de los alumnos/as y sobre las dificultades para él mismo.

- **Realización de actividades de clase.**

Cada RA está asociado a una ficha de actividades prácticas que permitirán ir conociendo la asimilación de los contenidos estudiados en el desarrollo del RA y la calidad y eficiencia de las mismas.

- **Realización de controles o pruebas prácticas.**

Al final de cada RA se realizará una prueba que permitirá valorar los conocimientos adquiridos de los contenidos que incluye cada RA y el grado de consecución de los objetivos incluidos en dicho RA. Dicha valoración se hará conforme a los criterios de evaluación recogidos en cada uno de dichos RA.

- **Realización de resúmenes al final de cada unidad.**

Individualmente o por grupos, se puede proponer la realización de resúmenes del contenido del RA o realizarlos a través de la herramienta Socrative.

Calificación:

Los contenidos de cada prueba escrita objetiva, que irán asociados a los CE y los RA que corresponda. Se valorarán de acuerdo con los criterios especificados en cada una de ellos y la ponderación respecto al módulo.

Las pruebas prácticas tendrán que ser presentadas en el plazo establecido, no serán calificadas aquellas que se presenten fuera del plazo establecido salvo causa justificada. Aquellos instrumentos que se utilicen como parte del proceso formativo serán evaluados como PS o PNS, prueba superada /prueba no superada, AP/NAP Apto o No Apto, llevando siempre una retroalimentación sobre su ejecución.

Calificación trimestral:

Las actividades propuestas para el trimestre serán valoradas en función del trabajo realizado en el centro educativo y según los instrumentos propuestos en esta programación.

La calificación trimestral tendrá un carácter meramente informativo de su evolución, ya que la calificación obtenida en cada RA está ponderada durante todo el curso escolar.

- **Para superar cada RA**, el alumnado deberá obtener una **nota media de 5** teniendo en cuenta los porcentajes estipulados para cada apartado en los criterios de calificación citados.
- Para **superar una evaluación**, el alumnado deberá obtener **en todos los RA** que la integran una calificación **mínima de 5**.
- Al ser la nota de la evaluación un número entero del 1 al 10, cuando al aplicar los criterios antes expuestos se obtenga una cifra con decimales, ésta se redondeará a la unidad superior a partir del sexto decimal. Este criterio se aplicará tanto para el cálculo de la nota de evaluación como para la nota final de curso.

Cuando **un RA** (de los que se han desarrollado durante el trimestre) **no esté superado, la calificación será inferior a 5** en el boletín de calificaciones.

Calificación anual:

Será la suma de la calificación obtenida en los diferentes RA según la ponderación relacionada anteriormente.

<p>Realización de tareas/trabajos. En cada RA se propondrán una o dos tareas, trabajos o proyectos que permitirán valorar los conocimientos adquiridos de los contenidos que incluyen cada RA y el grado de consecución de los objetivos incluidos en dicho RA. Dicha valoración se hará conforme a los criterios de evaluación recogidos para cada tarea/trabajo/proyecto.</p> <p>Instrumentos a utilizar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Escalas de valoración. Se utilizarán en algunas tareas individuales y los controles teóricos y prácticos, en las que se valorará la consecución de los criterios de evaluación. • Rúbricas. Se utilizarán tanto en tareas individuales como en tareas cooperativas, donde se valorarán todas las competencias. • Portfolio. Se utilizarán para los proyectos que conlleven la incorporación de distintos documentos a evaluar. 	<p>Mecanismos de recuperación: Para el alumnado que muestre dificultades de aprendizaje, se adoptarán las medidas apropiadas de atención a la diversidad y se diseñarán los programas de refuerzo del aprendizaje necesarios. Aquellos alumnos que no hayan superado alguno de los RA evaluados, procederán a completar trabajos y actividades que refuercen esos RA y realizarán una recuperación personalizada de los mismos.</p> <p>Las recuperaciones de cada parcial se llevarán a cabo una vez realizada la sesión de evaluación correspondiente. Si el alumno sigue sin recuperar los RA, tras las recuperaciones parciales pertinentes, se le realizará una recuperación personalizada en la evaluación final de junio, que incluirá únicamente los RA no superados durante el curso escolar.</p>
---	--

Si desea más información puede consultarla en la programación de cada materia disponible en la página web del Centro.



S. MANUEL DE FALLA
Avda. de Palestina s/n
Puerto Real (Cádiz)

CUADRO RESUMEN DE LA PROGRAMACIÓN
(CURSO 25-26)

DEPARTAMENTO: COMERCIO Y MARKETING
CICLO: CFGS MARKETING Y PUBLICIDAD
MÓDULO: ITINERARIO PERSONAL PARA LA EMPLEABILIDAD II
CURSO: 2º

EL ALUMNADO TIENE QUE SABER...

RA1. 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:

- 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 público.
- d) Se ha construido una marca personal identificando las necesidades del mercado actual, sus habilidades, destrezas y su aporte de valor

RA2. Aplica estrategias relacionadas con las competencias personales, sociales y emocionales para el empleo en búsqueda de la mejora de su empleabilidad.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha valorado la importancia de las competencias personales y sociales en la empleabilidad en el sector de referencia.
- 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) 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.

RA3 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:

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

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.

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

RA5. Desarrolla un proyecto emprendedor de innovación social y/o tecnológica aplicada en colaboración con el entorno.

Criterios de evaluación:

- 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.

LOS TEMAS QUE SE IMPARTEN SON...

Bloque de Contenidos:

BLOQUE I: Búsqueda de empleo

BLOQUE II: Competencias Personales, Sociales y emocionales para el empleo

BLOQUE III: Emprendimiento.

Secuenciación y temporalización aproximada:

Unidad	Número de Horas	Evaluación	RA	Criterio de Evaluación
Unidad 1		1º	RA 3	a,f
Unidad 2		1º	RA 4	a-g
Unidad 3		1º	RA 4	E,f
Unidad 4		1º	RA 4	h,j
Unidad 5		2º	RA1	a-d
Unidad 6		2ºEMPRESA	RA2	a-g
Unidad 7		3º	RA5	d
Unidad 8		3º	RA5	f,g
Unidad 9		3º	RA5	a-k

ASÍ TRABAJAMOS...	ASÍ EVALUAMOS...
<p>La evaluación será continua, en cuanto estará inmersa en el proceso de enseñanza y aprendizaje de los alumnos. Al término de este proceso habrá una calificación final, que de acuerdo con dicha evaluación continua valorará los resultados conseguidos por los alumnos y alumnas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Individualizada, centrándose en las particularidades de cada alumno y alumna y en su evolución. • Integradora, para lo cual tiene en cuenta las características del grupo a la hora de seleccionar los criterios de evaluación. • Cualitativa, ya que además de los aspectos cognitivos, se evalúan de forma equilibrada los diversos niveles de desarrollo del alumno y alumna. • Orientadora, dado que aporta al alumnado la información precisa para mejorar su aprendizaje y adquirir estrategias apropiadas. 	<p>Según establece la Orden de 29 de septiembre de 2010, la evaluación de los aprendizajes del alumnado que cursa ciclos formativos se realizará de acuerdo con los resultados de aprendizaje, los criterios de evaluación y contenidos de cada módulo profesional, así como las competencias profesionales, personales y sociales y los objetivos generales del ciclo formativo asociado a los mismos.</p> <p>Procedimientos, instrumentos y técnicas de evaluación:</p> <p>■ Observación sistemática. Se registrará el desempeño del alumnado en el día a día, a partir de rúbricas basadas en los criterios de evaluación más relacionados con el trabajo en equipo, el procesamiento de información, la reflexión, la participación en debates, etc.</p> <p>■ Tareas en el aula y en casa. Cuestionarios por vía telemática, actividades, y ejercicios, realizados en Canva, Word o Excel... Se entregarán siempre dentro del plazo establecido. Solo se aceptarán tareas fuera de plazo por ausencia del alumno o alumna debidamente justificada. Las tareas no entregadas se calificarán con cero. Se tendrá en cuenta la organización, presentación, expresión escrita y ortografía, el conocimiento de los</p>

procedimientos y conceptos implicados y las soluciones encontradas a las dificultades.

■ **Trabajos e informes.** Monografías, investigaciones, presentaciones orales, elaboración de las presentaciones en Canva... Se tendrá en cuenta la organización, presentación, expresión escrita y ortografía, el conocimiento de los procedimientos y conceptos implicados y las soluciones encontradas a las dificultades, para lo que se utilizará la rúbrica para la evaluación de los mismos.

■ **Pruebas escritas.** Se realizarán, normalmente, al final de cada unidad didáctica. La no asistencia a una prueba escrita supondrá una calificación de cero en dicha prueba. Solo se repetirá una prueba escrita si la falta de asistencia está debidamente justificada, realizándose el mismo día que el alumno o alumna se incorpore a clase. Si se detecta que un alumno o alumna está copiando durante una prueba escrita, esta se calificará automáticamente con un cero.

■ **Rúbrica.** Para aquellos criterios o instrumentos que lo requieran.

Calificación:

Los criterios de calificación se extraerán del currículo establecido en la orden del Ciclo Formativo. Son concreciones que valoran los resultados de aprendizaje y nos permiten evaluar indicadores que miden el conocimiento que ha alcanzado el alumnado evaluado. Un RA se alcanza cuando todos los criterios de evaluación asociados a los mismos demuestran un nivel aceptable de los logros programados y son superados.

En la siguiente tabla mostramos la ponderación dada a cada RA y sus correspondientes criterios:

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	100%	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
RA 1	20%	a-d
RA2	20%	a-g
RA3	20%	a-f
RA4	20%	a-i
RA5	20%	a-i

Para obtener la calificación tanto de las evaluaciones parciales como de la evaluación final, procedemos ponderando cada criterio de

	<p>evaluación en función de su mayor o menor contribución a alcanzar el resultado de aprendizaje, de forma que para cada parcial el total de ponderaciones sume el máximo a calificar, esto es el 100% y posteriormente calculemos la calificación multiplicando la nota obtenida a través de cada instrumento por la ponderación de cada criterio de evaluación. Para informar de la calificación pasamos la suma de los criterios de evaluación utilizados a base 10, con independencia del peso del resultado de aprendizaje que se utilizará para el cálculo de la calificación final. La calificación del módulo profesional se expresará en un valor numérico de 1 a 10, sin decimales.</p> <p>Se considerarán positivas las iguales o superiores a 5 y negativas las restantes.</p> <p>La ponderación se establecerá de la siguiente forma:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La evaluación de los criterios mediante los instrumentos: - La suma ponderada de los RA de cada trimestre sumará el 100%. - La suma ponderada de los RA de los tres trimestres debe de sumar el 100% de las calificaciones del módulo. <p>El alumno/a debe superar todos los RA del módulo.</p> <p>Mecanismos de recuperación:</p> <p>Para el alumnado que muestre dificultades de aprendizaje, se adoptarán las medidas apropiadas de atención a la diversidad y se diseñarán los programas de refuerzo del aprendizaje necesarios.</p> <p>Aquellos alumnos que no hayan superado alguno de los RA evaluados, procederán a completar trabajos y actividades que refuercen esos RA y realizarán una recuperación personalizada de los mismos.</p> <p>Las recuperaciones de cada parcial se llevarán a cabo una vez realizada la sesión de evaluación correspondiente.</p> <p>Si el alumno sigue sin recuperar los RA, tras las recuperaciones parciales pertinentes, se le realizará una recuperación personalizada en la evaluación final de junio, que incluirá únicamente los RA no superados durante el curso escolar.</p>
--	--

CUADRO RESUMEN DE LA PROGRAMACIÓN

DEPARTAMENTO: MARKETING Y PUBLICIDAD

MATERIA: EMPRENDIMIENTO E IDEA DE NEGOCIO

CURSO: 2º FORMACIÓN PROFESIONAL GRADO SUPERIOR

LOS ALUMNOS TIENEN QUE SABER...
<ul style="list-style-type: none"> ● RA1: Elabora la idea de negocio <ul style="list-style-type: none"> ○ a) Se han analizado y reconocido los intereses y las destrezas de autoconciencia, y motivación asociadas a la idea emprendedora. ○ b) Se ha organizado un equipo de trabajo distribuyendo responsabilidades y gestionando recursos para que todos sus miembros participen y alcancen las metas comunes. ○ c) Se ha compuesto un itinerario propio siguiendo los pasos del proceso de toma de decisiones distinguiendo los conceptos de empleo y autoempleo. ○ d) Se ha debatido sobre la importancia de combinar autonomía y trabajo colaborativo y proponer soluciones alternativas analizando situaciones planteadas previendo resultados y evaluar cada una de las soluciones para comprobar su idoneidad. ○ e) Se ha planificado la búsqueda y selección de información de forma contrastada en medios digitales como páginas web especializadas. ● RA2: Confecciona la puesta en marcha de la idea <ul style="list-style-type: none"> ○ a) Se ha definido la puesta en marcha de un proyecto de idea empresarial. ○ b) Se ha compuesto diversos trámites para la puesta en marcha de la idea del proyecto empresarial. ○ c) Se ha realizado diversos presupuestos de tesorería provisional. ○ d) Se ha compuesto el balance de previsión provisional. ○ e) Se ha decidido la forma jurídica, el nombre y la imagen corporativa. ● RA3: Supervisa el estudio de mercado <ul style="list-style-type: none"> ○ a) Se ha utilizado eficazmente el uso de tecnología de la información y la comunicación para la búsqueda, selección y organización de la información relacionada con el mercado. ○ b) Se ha preparado un plan de marketing que permita alcanzar los objetivos comerciales de la empresa. ○ c) Se han definido los procesos de posicionamiento. ○ d) Se han establecido las pautas que hay que seguir para realizar la publicidad y promoción. ○ e) Se han evaluado los retos del marketing: la confianza en los medios de pago, los problemas logísticos y la seguridad.
LOS TEMAS QUE SE IMPARTEN SON:

TRIMESTRES	UNIDADES DE TRABAJO
1º TRIMESTRE	Tema 1.El emprendedor y la innovación (RA 1)
	Tema 2. Las características de las empresas (RA 2)
	Tema 3. La idea y los modelos de negocio (RA 1)
	Tema 4. El entorno y las decisiones empresariales (RA 1)
2º TRIMESTRE	Tema 5. La validación de la idea (RA 2)
	Tema 6. El marketing (RA 3)
3º TRIMESTRE	Tema 7. La contabilidad (RA 2)
	Tema 8. Gestión de recursos humanos (RA 3)
	Tema 9. Plan de negocio (RA 1)

PRESENCIALMENTE TRABAJAMOS ASÍ:	PRESENCIALMENTE ASÍ EVALUAMOS:
<p>El alumnado será protagonista de su propio aprendizaje, por lo que será una metodología activa, participativa, integradora, preventiva, flexible, formativa orientadora, individualizada, motivadora, práctica, reflexiva sumativa, evaluativa.</p> <p>Al inicio de cada Unidad Didáctica, se hará una introducción a la misma, con el objeto de conocer los conocimientos previos del alumnado y despertar el interés hacia la Unidad.</p> <p>Se propiciará el debate y la discusión razonada promoviendo el respeto a la participación por turno de palabra y a la aportación expuesta, con una escucha activa por parte del resto del grupo.</p> <p>Como atención a la diversidad se provocará el trabajo en pareja, relacionando alumnos con un nivel deficitario con otro que haya superado (o esté en un proceso más avanzado) los resultados de aprendizaje.</p> <p>Se realizarán supuestos prácticos a través de trabajos individuales y en grupos.</p> <p>A través de los procedimientos y procesos aprendidos deberán descubrir, compartir, poner en común y aplicarlos a otros aprendizajes nuevos.</p>	<p>Actitud positiva del alumno en clase.</p> <p>Participación en las diferentes actividades que se desarrollan en clase.</p> <p>Los trabajos individuales y en grupo.</p> <p>Habilidades y destrezas.</p> <p>Hábitos adecuados de trabajo. Tolerancia y respeto a los compañeros.</p> <p>La utilización de programas informáticos adecuados.</p> <p>Nivel de trabajo continuado, esfuerzo personal en su aprendizaje, grado de interés y dedicación.</p> <p>Capacidad de razonamiento, iniciativa, creatividad en la solución de problemas, capacidades de análisis...</p> <p>Controles escritos y prácticos de los diferentes núcleos temáticos.</p> <p>En la modalidad presencial, 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.</p>

FORMACIÓN TELEMÁTICA	
<p>La plataforma Moodle del centro será lo que utilicemos por parte del alumnado y el profesor. El material se encuentra en la Moodle. La forma de comunicación con el alumnado será fundamentalmente en el aula.</p> <p>El horario de atención será el horario oficial de clases.</p> <p>La Evaluación será realizada mediante cuestionarios, entrega de tareas y exámenes.</p>	

Si desea más información puede consultarla en la programación de cada materia disponible en la página web del Centro.



I.E.S. MANUEL DE FALLA
Avda. de Palestina s/n
Puerto Real (Cádiz)

CUADRO RESUMEN DE LA PROGRAMACIÓN

DEPARTAMENTO: MARKETING Y PUBLICIDAD

CICLO: CFGS MARKETING Y PUBLICIDAD

MÓDULO: DISEÑO Y ELABORACIÓN DE MATERIAL DE COMUNICACIÓN (DEMC)

CURSO: 2º

EL ALUMNADO TIENE QUE SABER...

RA1. Prepara el contenido de los materiales de comunicación y publicidad en todo tipo de soportes, utilizando la información disponible.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado las fuentes de información online y offline de acuerdo con los objetivos, contenidos, tipo de soporte y material.
- b) Se ha obtenido información, datos e imágenes, respetando en todo momento la Ley de Propiedad Intelectual y las normas de confidencialidad de la organización.
- c) Se han identificado los materiales de comunicación destinados a mostrar la imagen corporativa de la empresa.
- d) Se han evaluado los materiales de comunicación utilizados para publicitar las actividades y los productos de la empresa.
- e) Se ha recabado información sobre los contenidos y materiales de comunicación utilizados al aire libre.
- f) Se han relacionado las acciones publicitarias que se van a efectuar en los diferentes medios de comunicación de masas, prensa, revistas, radio y televisión.
- g) Se han evaluado los soportes multimedia, vídeo e interactivos donde difundir los materiales publicitarios.
- h) Se han reconocido los principales materiales publicitarios presentes en Internet.

RA2. Confecciona materiales publicitarios e informativos, utilizando técnicas de diseño gráfico, audiovisual y artístico.

Criterios de evaluación:

- a) Se han diseñado materiales publipromocionales en soportes gráficos de texto, de acuerdo con los objetivos de transmisión de la información, el briefing y las indicaciones recibidas.
- 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 la percepción visual, legibilidad y contrastes de color, entre otros, respetando el manual de estilo y la identidad corporativa.
- e) Se han diseñado materiales publipromocionales gráficos de imágenes, manteniendo una distribución equilibrada de todos los elementos.
- f) Se han utilizado técnicas y recursos expresivos para crear materiales con contenidos visuales y audiovisuales.
- g) Se han efectuado trabajos publicitarios y promocionales en Internet.

RA3. Aplica técnicas de comunicación persuasiva, identificando los estilos propios de la comunicación comercial e informativa de la empresa.

Criterios de evaluación:

- a) Se han aplicado reglas de comunicación persuasiva, tanto escrita como audiovisual, a materiales publipromocionales e informativos.
- b) Se han reconocido los distintos estilos y géneros que se utilizan habitualmente en el sector publicitario.
- c) Se han definido las características propias de los diferentes conceptos de marketing directo, online, viral y otros.
- d) Se ha identificado el target o público objetivo definido en el briefing de un folleto publipromocional.
- e) Se han elaborado mensajes publicitarios utilizando distintos estilos de comunicación.
- f) Se han elaborado comunicados de prensa basados en noticias con corrección léxica, ortográfica y estilo periodístico.

RA4. Elabora materiales publicitarios e informativos, utilizando softwares específicos para cada soporte. RA4 DUALIZADO 29 HORAS

Criterios de evaluación:

- a) Se han utilizado aplicaciones informáticas de propósito general destinadas a la creación de presentaciones y material publicitario.
- b) Se han preparado materiales de comunicación mediante la utilización de aplicaciones informáticas de diseño gráfico.
- c) Se han obtenido materiales promocionales y publicitarios, manejando aplicaciones informáticas de maquetación de textos y gráficos.
- d) Se han realizado manipulaciones sobre objetos gráficos, utilizando aplicaciones informáticas de retoque fotográfico.
- e) Se han efectuado trabajos publicitarios y promocionales en Internet mediante la utilización de aplicaciones informáticas de diseño web.

RA5. Organiza el plan de difusión de materiales publipromocionales e informativos respetando la identidad corporativa. RA5 DUALIZADO 29 HORAS

Criterios de evaluación:

- a) Se han realizado acciones de difusión de materiales publipromocionales e informativos teniendo en cuenta el número, calidad y destino establecido en el briefing de la empresa.
- b) Se ha realizado un estudio que valore la economía y eficacia de los diferentes sistemas de comunicación.
- c) Se ha elaborado un calendario de difusión de materiales publipromocionales e informativos.
- d) Se ha realizado el seguimiento de la difusión de materiales elaborados por otros profesionales, según lo previsto en el briefing y en los contratos acordados
- e) Se han guardado, en soporte físico e informático, copias de seguridad de los materiales publipromocionales e informativos.

LOS TEMAS QUE SE IMPARTEN SON...

Contenidos básicos:

1. Preparación de los materiales de comunicación
2. Confección de materiales publicitarios en diferentes soportes
3. Aplicación de técnicas de comunicación persuasivas
4. Elaboración de materiales publicitarios e informativos
5. Organización del plan de difusión de materiales publipromocionales e informativos

Secuenciación y temporalización aproximada:

UNIDAD DIDÁCTICA	Horas	Trim.	RA asociados	Ponderación
UD1.	27	1º	RA1	20%
UD2.	27	1º	RA2.	20%
UD4. *Dual	29	2º	RA4.	20%
UD5. *Dual	29	2ª	RA5	20%
UD3.	28	3º	RA3.	20%

ASÍ TRABAJAMOS...

Se procederá a la explicación de los contenidos, en algunos casos se trabajará a través del flipped classroom o clase invertida, durante la explicación y/o una vez finalizada se realizarán actividades a nivel individual y/o en grupo de cada unidad didáctica para la aplicación de los conocimientos adquiridos durante la misma.

El contenido de las tareas y el proyecto se trabajarán en base a metodologías activas basadas en el aprendizaje cooperativo, por proyectos, por investigación, reflexivo y aprendiendo a pensar.

En cada una de ellas se indicará la tarea a realizar y los criterios de evaluación, recibiendo el alumnado una retroalimentación a las tareas entregadas.

ASÍ EVALUAMOS...

Procedimientos, instrumentos y técnicas de evaluación:

En la evaluación se calificarán: procedimientos y comprensión de los conceptos; actitudes que se manifiesten en clase, destrezas desarrolladas, empleo de técnicas de trabajo, capacidad de investigación, metodología utilizada, realizaciones, etc.

Existen múltiples procedimientos que se pueden utilizar en la evaluación; no obstante, teniendo en cuenta las características del módulo profesional, algunos de los que se pueden utilizar son los siguientes:

- Al finalizar cada RA se valorará positivamente las tareas realizadas y el interés de los estudiantes por aclarar dudas, exponiendo correctamente sus dificultades.

Las distintas tareas y/o actividades se confeccionarán teniendo en cuenta los objetivos, los contenidos trabajados y los resultados de aprendizaje que se desean alcanzar y buscando siempre potenciar las inteligencias múltiples que sean aplicables en cada una de ellas.

Las diferentes actividades a realizar durante el desarrollo de las unidades de trabajo, serán seleccionadas de entre las siguientes:

- **Expositivas:** En las que se explicarán los contenidos conceptuales.
- **Motivadoras:** Para provocar el interés por los contenidos.
- **De Indagación/Investigación:** Como su nombre indica se usan para la investigación, se suelen trabajar los contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales
- **De Desarrollo:** Se realizan para los contenidos procedimentales.
- **De Consolidación:** Se realizan para afianzar el aprendizaje para cerrar el
- **De Refuerzo:** Se usan para atender a la diversidad en el ritmo del aprendizaje
- **De Ampliación:** Se usan para aquel alumnado que aprende rápidamente y puede dar más.
- **Complementarias/Extraescolares:** Son las que se realizan fuera del aula para complementar el currículo o trabajar otros aspectos.
- **Tipos de agrupamiento:** se realizarán en función de las tareas a realizar por parejas o grupos de 3/4 personas como máximo (salvo excepciones circunstanciales).

Al finalizar cada unidad temática, normalmente se realizará evaluación competencial a través de una prueba oral o escrita y con las actividades, proyectos, trabajos en grupo, etc., el alumnado podrá demostrar que los conceptos adquiridos le han llevado a adquirir las competencias necesarias.

Con esta metodología, se pretende que el alumnado se acerque lo máximo a la realidad de las empresas relacionadas con el transporte y la logística, para que sea capaz de integrar en su futuro profesional los contenidos aprendidos.

En este módulo se usarán los siguientes instrumentos que me proporcionan interesantes informaciones para el proceso de la evaluación:

- Se evaluará la actitud y el comportamiento permanente en clase, valorando positivamente a aquellos estudiantes que tomen iniciativas relacionadas con el desarrollo de los contenidos del módulo, que participen activamente en las tareas que se propongan y en los debates que se realicen.
- Se efectuarán pruebas o controles objetivos y/o actividades o tareas individuales o grupales con una doble finalidad: por un lado, evaluar el nivel de conocimientos de cada alumno y, por otro, inducir a que los alumnos pregunten sus dudas, lo cual les permitirá interiorizar y relacionar los principales conceptos.
- Se podrá sustituir los controles por realización de trabajos con o sin exposiciones.
- El profesorado propondrá la realización de trabajos individuales y en grupo sobre temas de actualidad relacionados con los contenidos que se están desarrollando en clase. Se valorará positivamente los trabajos cuyo contenido sea de calidad, incluyan documentación, estén bien presentados, expongan con claridad las ideas y conclusiones personales.
- En la modalidad presencial, **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.

Calificación:

Los contenidos de cada prueba escrita objetiva, que irán asociados a los CE y los RA que corresponda. Se valorarán de acuerdo con los criterios especificados en cada una de ellos y la ponderación respecto al módulo.

Las pruebas prácticas tendrán que ser presentadas en el plazo establecido, no serán calificadas aquellas que se presenten fuera del plazo establecido salvo causa justificada.

Aquellos instrumentos que se utilicen como parte del proceso formativo serán evaluados como PS o PNS, prueba superada /prueba no superada, AP/NAP Apto o No Apto, llevando siempre una retroalimentación sobre su ejecución.

Calificación trimestral:

Las actividades propuestas para el trimestre serán valoradas en función del trabajo realizado en el centro educativo y según los instrumentos propuestos en esta programación. La calificación trimestral tendrá un carácter meramente informativo de su evolución, ya que la calificación obtenida

<ul style="list-style-type: none"> • Cuaderno del profesor. Todas las actividades que se van desarrollando, al tiempo que constituyen el desarrollo de lo programado, permiten ir tomando datos sobre el progreso de los alumnos/as y sobre las dificultades para él mismo. • Realización de actividades de clase. Cada RA está asociado a una ficha de actividades prácticas que permitirán ir conociendo la asimilación de los contenidos estudiados en el desarrollo del RA y la calidad y eficiencia de las mismas. • Realización de controles o pruebas prácticas. Al final de cada RA se realizará una prueba que permitirá valorar los conocimientos adquiridos de los contenidos que incluye cada RA y el grado de consecución de los objetivos incluidos en dicho RA. Dicha valoración se hará conforme a los criterios de evaluación recogidos en cada uno de dichos RA. • Realización de resúmenes al final de cada unidad. Individualmente o por grupos, se puede proponer la realización de resúmenes del contenido del RA o realizarlos a través de la herramienta Socrative. • Realización de tareas/trabajos. En cada RA se propondrán una o dos tareas, trabajos o proyectos que permitirán valorar los conocimientos adquiridos de los contenidos que incluyen cada RA y el grado de consecución de los objetivos incluidos en dicho RA. Dicha valoración se hará conforme a los criterios de evaluación recogidos para cada tarea/trabajo/proyecto. <p>Instrumentos a utilizar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Escalas de valoración. Se utilizarán en algunas tareas individuales y los controles teóricos y prácticos, en las que se valorará la consecución de los criterios de evaluación. • Rúbricas. Se utilizarán tanto en tareas individuales como en tareas cooperativas, donde se valorarán todas las competencias. • Portfolio. Se utilizarán para los proyectos que conlleven la incorporación de distintos documentos a evaluar. 	<p>en cada RA está ponderada durante todo el curso escolar.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Para superar cada RA, el alumnado deberá obtener una nota media de 5 teniendo en cuenta los porcentajes estipulados para cada apartado en los criterios de calificación citados. • Para superar una evaluación, el alumnado deberá obtener en todos los RA que la integran una calificación mínima de 5. • Al ser la nota de la evaluación Al ser la nota de la evaluación un número entero del 1 al 10, cuando al aplicar los criterios antes expuestos se obtenga una cifra con decimales, ésta se redondeará a la unidad superior a partir del sexto decimal. Este criterio se aplicará tanto para el cálculo de la nota de evaluación como para la nota final de curso. <p>Cuando un RA (de los que se han desarrollado durante el trimestre) no esté superado, la calificación será inferior a 5 en el boletín de calificaciones.</p> <p>Calificación anual: Será la suma de la calificación obtenida en los diferentes RA según la ponderación relacionada anteriormente.</p> <p>Mecanismos de recuperación: Para el alumnado que muestre dificultades de aprendizaje, se adoptarán las medidas apropiadas de atención a la diversidad y se diseñarán los programas de refuerzo del aprendizaje necesarios. Aquellos alumnos que no hayan superado alguno de los RA evaluados, procederán a completar trabajos y actividades que refuercen esos RA y realizarán una recuperación personalizada de los mismos.</p> <p>Las recuperaciones de cada parcial se llevarán a cabo una vez realizada la sesión de evaluación correspondiente. Si el alumno sigue sin recuperar los RA, tras las recuperaciones parciales pertinentes, se le realizará una recuperación personalizada en la evaluación final de junio, que incluirá únicamente los RA no superados durante el curso escolar.</p>
---	--

Si desea más información puede consultarla en la programación de cada materia disponible en la página web del Centro.