

# **PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA DEL MÓDULO DIGITALIZACIÓN APLICADA A LOS SECTORES PRODUCTIVOS DEL CICLO COM2M**



**Junta de  
Castilla y León**

Consejería de Educación

- a) **INTRODUCCIÓN: CONCEPTUALIZACIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL MÓDULO.**
- b) **COMPETENCIAS PROFESIONALES ASOCIADAS, LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y CONTENIDOS.**
- c) **RESULTADOS DE APRENDIZAJE QUE PUEDEN SER DESARROLLADOS EN LA EMPRESA U ORGANISMO EQUIPARADO.**
- d) **SECUENCIACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN DE LAS UNIDADES DE TRABAJO.**
- e) **LA METODOLOGÍA DIDÁCTICA QUE SE VA A APLICAR.**
- f) **LOS PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE DEL ALUMNADO, RECOGIENDO LAS ACTUACIONES QUE SE LLEVARÁN A CABO PARA EVALUAR Y CALIFICAR LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJES, INCLUIDOS LOS QUE SE DESARROLLEN EN LA EMPRESA U ORGANISMO EQUIPARADO, Y LOS CRITERIOS DE CALIFICACIÓN DE LOS MÓDULOS Y EL PROCEDIMIENTO Y PLAZOS A SEGUIR PARA LA PRESENTACIÓN Y TRAMITACIÓN DE LAS RECLAMACIONES.**
- g) **EL NÚMERO MÁXIMO DE FALTAS DE ASISTENCIA NO JUSTIFICADAS O LAS ACTIVIDADES NO REALIZADAS QUE DETERMINARÁN LA IMPOSIBILIDAD DE APLICAR LA EVALUACIÓN CONTINUA Y EL PROCEDIMIENTO A SEGUIR PARA LA EVALUACIÓN DEL ALUMNADO EN ESTOS CASOS.**
- h) **LOS MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS Y REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.**
- i) **ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES.**
- j) **MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD.**
- k) **PLANIFICACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE RECUPERACIÓN DE LOS MÓDULOS PENDIENTES DE SUPERACIÓN (No en Cursos de Especialización).**



**PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA DEL MÓDULO PROFESIONAL DIGITALIZACIÓN APLICADA A LOS  
SECTORES PRODUCTIVOS**

**código 1664**

**FRANCISCO OVIEDO FERNANDEZ**

**a) INTRODUCCIÓN: CONCEPTUALIZACIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL MÓDULO.**

**Identificación del Ciclo formativo al que pertenece el módulo profesional:** Grado Medio en Actividades Comerciales

**Familia profesional a la que pertenece:** Comercio y marketing

**Nivel del Ciclo Formativo Grado Medio.** CINE-3b

**Duración del Ciclo Formativo:** 2000 horas

**Duración del módulo profesional:** 34 horas – 1 sesiónes 50' semanales es el horario semanal del módulo.

Su finalidad es proporcionar al alumnado la formación para desarrollar competencias básicas en digitalización y comprender cómo la tecnología modifica los procesos productivos de las empresas.

**b) COMPETENCIAS PROFESIONALES ASOCIADAS, LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y CONTENIDOS. (en articulado y Anexos de Reales Decretos que regulan el título)**

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales u), v), w) del ciclo formativo y las competencias b) y p) del título.

**c) RESULTADOS DE APRENDIZAJE QUE PUEDEN SER DESARROLLADOS EN LA EMPRESA U ORGANISMO EQUIPARADO (verificar con ANEXO II del Plan de Formación de FFE según ORDEN EDU/173/2025, de 20 de febrero, por la que se desarrolla la formación en empresa u organismo equiparado, para las ofertas de formación profesional de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad de Castilla y León)**

Las empresas seleccionadas para la realización de la fase de formación en empresa serán en empresas de distribución comercial, tanto mayoristas (centrales de compras, mercados centrales de abastos, "cash and carry") como minoristas (tiendas, supermercados, hipermercados y grandes superficies), en centros de distribución comercial y en departamentos comerciales y almacenes de empresas de otros sectores productivos.

Se ha seleccionado el **RA4** como los más adecuados para desarrollar en la empresa de una forma totalmente práctica pensando en la aportación que nuestros alumnos también pueden hacer en sus empresas ya que los RAs seleccionados son compartidos con el centro. En cualquier caso, la superación de esta fase de formación se traducirá si ha sido apto en un 5 y ponderará un **5% en la nota total del módulo**.



**d) SECUENCIACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN DE LAS UNIDADES DE TRABAJO** conforme a la ORDEN EDU/1365/2024, de 26 de noviembre, por la que se concretan los aspectos específicos del currículo del Ciclo Formativo de Grado Medio en Actividades Comerciales en la Comunidad de Castilla y León.

|                                       | <b>Título</b>                                                | <b>Fechas y sesiones</b> |
|---------------------------------------|--------------------------------------------------------------|--------------------------|
| <b>PRIMER TRIMESTRE</b>               | <i>Presentación modulo y debate</i>                          | 1                        |
|                                       | <i>UT 1: Economía lineal y economía circular</i>             | 2                        |
|                                       | <i>UT 2: Las ventajas de la economía circular</i>            | 2                        |
|                                       | <i>UT 3: Las revoluciones industriales</i>                   | 2                        |
|                                       | <i>UT 4: Digitalización: la cuarta revolución industrial</i> | 2                        |
|                                       | <i>UT 5: Sistemas basados en la nube</i>                     | 2                        |
| <b>SEGUNDO TRIMESTRE</b>              | <i>UT 6: Cambios tecnológicos en las empresas</i>            | 2                        |
|                                       | <i>UT 7: La Inteligencia artificial</i>                      | 2                        |
|                                       | <i>Anexo: Plan de transformación digital</i>                 | A lo largo del curso     |
|                                       | <b>TOTAL HORAS DOCENCIA DIRECTA EN AULA</b>                  | 15                       |
| <b>TERCER TRIMESTRE</b>               | <b>FFE: .....</b>                                            | 17                       |
| <b>Pruebas objetivas y revisiones</b> | 1 horas 1ª ev<br>1 horas 2ª ev                               | 2                        |

**e) LA METODOLOGÍA DIDÁCTICA QUE SE VA A APLICAR**

**Métodos pedagógicos (estilos, estrategias y técnicas de enseñanza):**

Metodología.

Se aplicarán diversas estrategias metodológicas a lo largo del curso, con el propósito de que el alumnado desarrolle de manera eficaz las competencias propias de este módulo profesional.

Principios metodológicos.

El principio general que subyace a la metodología educativa en la formación profesional indica que se trata de facilitar el trabajo autónomo del alumnado, potenciar las técnicas de investigación, así como la transferencia de lo aprendido a la vida real.



La metodología que se emplea en la presente unidad es variada y práctica:

- a) Aprendizaje activo y participativo. Se plantearán tareas en las que el alumnado tenga que crear, modificar, organizar, resolver problemas y tomar pequeñas decisiones, utilizando las diferentes herramientas ofimáticas
- b) Aprendizaje basado en la práctica. Los contenidos se trabajarán mediante situaciones y actividades prácticas relacionadas con el perfil profesional de Servicios Comerciales
- c) Contextualización profesional. Las actividades estarán vinculadas a situaciones que el alumnado pueda encontrarse en un establecimiento comercial o en una empresa.
- d) Aprendizaje significativo. Se buscará que el alumnado comprenda para qué sirve lo que está aprendiendo, evitando que el aprendizaje de las herramientas ofimáticas se limite a la memorización de procedimientos
- e) Aprendizaje por retos y resolución de problemas. Se plantearán pequeños retos y problemas relacionados con situaciones reales o simuladas del ámbito comercial.
- f) Atención a la diversidad. Se tendrá en cuenta la diversidad de ritmos, capacidades, conocimientos previos y necesidades del alumnado.
- g) Gamificación: Siempre que resulte adecuado, se incorporarán elementos lúdicos y de gamificación para aumentar la motivación y la participación, como por ejemplo retos, concursos, desafíos.

En caso de ser necesario, se realizarán cuantas modificaciones se precisen en las metodologías aplicadas de acuerdo con las características del alumnado y en base a las circunstancias puedan acontecer a lo largo del curso.

***Tipos de agrupamientos y organización de tiempos y espacios:***

En cada actividad se especifica el agrupamiento que podrá ser todo el grupo, grupos, parejas o individual.

**f) LOS PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE DEL ALUMNADO, RECOGIENDO LAS ACTUACIONES QUE SE LLEVARÁN A CABO PARA EVALUAR Y CALIFICAR LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJES, INCLUIDOS LOS QUE SE DESARROLLEN EN LA EMPRESA U ORGANISMO EQUIPARADO, Y LOS CRITERIOS DE CALIFICACIÓN DE LOS MÓDULOS Y EL PROCEDIMIENTO Y PLAZOS A SEGUIR PARA LA PRESENTACIÓN Y TRAMITACIÓN DE LAS RECLAMACIONES.**

***Procedimientos de evaluación del aprendizaje del alumnado***

**Principios de Evaluación.**

De acuerdo con los artículos 107.1 y 123.1 del Real Decreto 659/2023, de 18 de julio, la evaluación de los ciclos formativos de grado medio y superior y de los cursos de especialización será continua

El profesor considerará el conjunto de resultados de aprendizaje de acuerdo con los criterios de evaluación establecidos, así como la madurez académica y profesional del alumnado en relación con los objetivos y sus posibilidades de inserción en el sector profesional correspondiente.

En cada momento del curso académico la evaluación tiene finalidades diferentes y, por consiguiente, en cada caso se obtiene una información distinta.



Así, en los primeros días del curso realizaré una evaluación inicial con un carácter diagnóstico que me permitirá valorar los conocimientos previos, las actitudes y capacidades del alumnado. En virtud de este diagnóstico se concretarán la metodología didáctica y las medidas de atención a la diversidad. Durante el curso, los ítems establecidos para la evaluación procesual nos darán información sobre el progreso del alumnado y sobre el nivel de consecución de los objetivos formulados (evaluación criterial). Y, en función del nivel alcanzado se determinará la calificación de cada alumno/a (evaluación sumativa).

Con la evaluación final del proceso educativo analizaré de forma global cómo se ha desarrollado el proceso y se tomarán medidas de mejora para el año siguiente.

En Formación Profesional el objetivo de la evaluación es conocer si el alumno ha alcanzado los resultados de aprendizaje y los criterios de evaluación de los que están compuesto el módulo, con la finalidad de valorar si dispone de la competencia profesional que acredita el Título.

Teniendo en cuenta la ORDEN EDU/1575/2024, de 23 de diciembre, por la que se regula el proceso de evaluación del alumnado que curse enseñanzas de grados D y E del sistema de formación profesional en la Comunidad de Castilla y León la evaluación del módulo será continua.

### Instrumentos de Evaluación.

En cada unidad de aprendizaje se aplicarán distintos instrumentos de evaluación con el propósito de valorar la evolución del alumnado en sus competencias personales, sociales y profesionales. Así en términos generales, se establecen como instrumentos de evaluación para este módulo los siguientes:

Se utilizará una **hoja de registro** para realizar el seguimiento y análisis de las actividades diarias y de las intervenciones en el aula. Se utilizará Excel.

Aplicación práctica de contenidos. Las actividades podrán realizarse de forma individual o en grupo, según los aspectos que se deseen evaluar. En algunos casos, estos trabajos se presentarán mediante una **exposición oral**, ya sea individual o colectiva, ante el resto de la clase y el profesorado.

Asimismo, se llevará a cabo una **observación directa y sistemática** por parte del docente, que permitirá valorar el nivel de participación, la asistencia, la puntualidad y la actitud cívica del alumnado dentro del aula.

**Pruebas de Evaluación Continua (PEC):** Se realizarán a lo largo del curso con el fin de comprobar el progreso del alumnado en relación con los resultados de aprendizaje establecidos. Estas pruebas permitirán valorar tanto la asimilación de los contenidos teóricos como la aplicación práctica de los conocimientos adquiridos, garantizando un seguimiento constante y objetivo del proceso formativo.

Cuestiones tipo test de respuesta única.

Cuestiones de respuesta corta sobre conceptos considerados fundamentales.

Cuestiones de respuesta corta y aplicación práctica de contenidos.

Cuestiones de desarrollo y resolución de supuestos.



### ***Criterios de calificación de los módulos***

#### **Instrumentos y criterios de calificación.**

Se realizarán dos sesiones de evaluación parcial en la fecha que estime el centro docente. Además de éstas, se llevará a cabo una sesión de evaluación final.

Los instrumentos de calificación empleados podrán ser las rúbricas, escalas de valoración y registros de seguimiento, con el objetivo de garantizar una evaluación objetiva, transparente y coherente con los criterios de evaluación establecidos..

La calificación será el resultado de la ponderación de las diferentes evidencias obtenidas durante el proceso de evaluación. Se favorecerá una evaluación continua, valorando especialmente la evolución del alumnado, la aplicación práctica de los aprendizajes, la autonomía en la realización de las tareas y la capacidad para resolver situaciones propias del entorno profesional.

Cada instrumento de evaluación se valorará sobre diez y tendrá una ponderación en la nota final de la evaluación. Las pruebas objetivas deberán tener una calificación mínima de cinco para hacer media con el resto de los instrumentos de evaluación cuya media también deberá ser como mínimo un cinco.

El resultado de aprendizaje deberá tener una calificación mínima de cinco para hacer media con el resto de los resultados de aprendizaje que se evalúen en el trimestre.

Para el cálculo de la calificación de cada sesión de evaluación se ponderará las notas correspondientes a la evaluación de la competencia profesional del alumnado (parte específica del módulo profesional) con la siguiente ponderación.

Las **actividades** realizadas durante el trimestre tendrán un peso en la nota final del trimestre de un **40%**, resultado de la media de las actividades de evaluación que determine el profesor. Se realizará al menos una **prueba objetiva al final del trimestre** que tendrá un peso en la nota final del trimestre de un **60%**, resultado de la media de todas las pruebas objetivas que se realicen durante la evaluación.

La calificación final de cada sesión de evaluación incluirá las notas de las pruebas PEC, las notas de los exámenes y la nota obtenida de las competencias profesionales y para la empleabilidad.

Si un alumno o alumna no acude a clase de forma permanente, no entrega actividades y no se presenta a las pruebas PEC se calificará como alumno "No presentado (NP)" constando como evaluación o módulo no superado (según aplique).

#### **Ausencia de asistencia a exámenes**

En caso de que un alumno falte a la realización de una prueba global de evaluación o de recuperación, el profesor podrá plantear la realización de otra prueba en día posterior si, a su juicio, hay plazo para ello (es decir, si no ha pasado la fecha de evaluación) y siempre que el alumno haya faltado por causas de fuerza mayor, debidamente certificadas con justificante médico o de organismo oficial. No será válido cualquier otro justificante (de padres, empresas, del alumno...). No se repetirán en ningún caso los exámenes parciales. En caso de no presentar un justificante médico o de organismo oficial, la prueba constará como no realizada y computará con una nota de 0 para la obtención de la nota de evaluación.



***Plazos a seguir para la presentación y tramitación de las reclamaciones.***

Recogido en acuerdo de departamento de fecha 22/09/2026 e incluido en la programación del departamento de comercio y marketing.

**g) EL NÚMERO MÁXIMO DE FALTAS DE ASISTENCIA NO JUSTIFICADAS O LAS ACTIVIDADES NO REALIZADAS QUE DETERMINARÁN LA IMPOSIBILIDAD DE APLICAR LA EVALUACIÓN CONTINUA Y EL PROCEDIMIENTO A SEGUIR PARA LA EVALUACIÓN DEL ALUMNADO EN ESTOS CASOS.**

Según el artículo 2, apartado 6 de ORDEN EDU/1575/2024, de 23 de diciembre, por la que se regula el proceso de evaluación del alumnado que curse enseñanzas de grados D y E del sistema de formación profesional en la Comunidad de Castilla y León, en las enseñanzas presenciales la evaluación continua del proceso formativo requiere **la asistencia regular a las actividades lectivas programadas** en los distintos módulos en los que se encuentre matriculado el alumnado. El número de faltas de asistencia que determina la imposibilidad de realizar la evaluación continua vendrá determinado en las correspondientes programaciones didácticas en las que se establecerá para ese caso el procedimiento de evaluación.

Según artículo 12 apartado 4. a) 6.º del DECRETO 24/2024, de 21 de noviembre, por el que se establece el currículo de los ciclos formativos de grado superior, correspondiente a la oferta de grado D y nivel 3 del Sistema de Formación Profesional, conducentes a la obtención del título de Técnico Superior, en la Comunidad de Castilla y León, las programaciones recogerán el **número máximo de faltas de asistencia no justificadas o las actividades no realizadas** que determinarán la imposibilidad de aplicar la evaluación continua y el procedimiento a seguir para la evaluación del alumnado en esos casos.

El alumno que falte a **5 sesiones** (15% de 34 horas=5,1 que corresponden al horario del módulo correspondiente) pierde el derecho a la evaluación continua. Esta situación implica que el profesor no tiene elementos de juicio suficientes para valorar los contenidos del módulo en su conjunto, es decir no hay una continuidad en la evaluación.

Son faltas justificadas las recogidas como tal en el RRI o en su defecto enfermedad (parte médico), citas médicas, citaciones judiciales, autorización para actividades oficiales del centro y fallecimiento de familiares (con documentación). Quiero recalcar que otras causas (trabajar para la familia, cuidar hermanos regularmente) no se consideran justificadas salvo excepcional justificación y valoración por Servicios Sociales.

La no realización de las tareas obligatorias que así se indiquen y que correspondan al 15% de los RAs supondrá la pérdida del derecho a la evaluación continua.

La pérdida de evaluación continua no supone la prohibición de asistir a clase, realizar actividades y tareas o presentarse a los exámenes parciales o de evaluación. El profesor, de hecho, recomienda asistir a clase y seguir en todo lo posible el ritmo normal del grupo (trabajos, actividades, exámenes) pues todo ello ayudará a ir preparando la materia.

Serán evaluados de la siguiente forma:

La evaluación del alumnado que ha perdido la evaluación continua consistirá en la realización de una prueba escrita (50% de la nota final) y la realización de las tareas desarrolladas durante



el curso que el docente le indique en el plan de recuperación (50% de la nota final) que incluirán todos los contenidos del módulo y tomará como referencia los criterios de evaluación, dicha prueba tendrá lugar en primera evaluación final.

En caso de no obtener una calificación de 5 puntos o superior, el alumno deberá presentarse a la convocatoria de segunda evaluación final con la totalidad de los RAs no superados. En esta convocatoria su evaluación consistirá en la realización de una prueba escrita (100% de la nota final) que incluirá todos los contenidos del módulo y tomará como referencia los criterios de evaluación. En ella se especificarán claramente los criterios de calificación. La calificación deberá ser 5 puntos o superior para aprobar el módulo.

#### **h) LOS MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS Y REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

Para llevar a cabo las actividades programadas necesitaremos:

- Libro del alumno, editorial Mac Graw Hill
- Libros de consulta de diferentes editoriales: Editex
- Apuntes realizados por el profesor
- Textos legales de distintos ámbitos o materias.
- Casos prácticos elaborados o extraídos de manuales.
- Prensa nacional, regional o local en la sección de empleo/economía.
- Soportes informáticos, materiales técnicos. Utilización de la pizarra digital
- Equipos con conexión a Internet y aplicaciones informáticas (empleados para el acceso a las fuentes de información, la elaboración de documentos propios, el intercambio de información entre grupos de alumnos y entre éstos y el profesor a través de una cuenta de correo electrónico y Teams).

#### **i) ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES.**

| <b><i>Actividades complementarias y extraescolares</i></b> | <b><i>Breve descripción de la actividad</i></b>                                                                                                                                                                                                                                                                | <b><i>Temporalización</i></b> |
|------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|
| Proyecto de centro:<br>PLAN DE FOMENTO<br>DE LA LECTURA    | La noticia de la semana, cada semana un alumno deberá presentar al resto de la clase una noticia relevante para nuestro módulo, actualizada y contrastada con fuentes fiables que previamente habrá sido aprobada por la profesora.                                                                            | Semanal                       |
| VISITA EMPRESA<br>LOCAL                                    | Visita a medio de comunicación y/o departamento de marketing o agencia de publicidad, el departamento de marketing/publicidad explicará formatos y actuaciones relacionadas con el marketing: Departamento de marketing de Cobreros y/o TV Benavente, Benavente digital, la opinión o T&D publicidad o similar | Un día                        |



|                                            |                                                                                                                                                                                      |                                         |
|--------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|
| CHARLAS,<br>PONENCIAS,<br>CURSOS o similar | Se realizarán charlas, ponencias, cursos o similar presenciales u online en el aula en horario de clase siempre que sean coherentes al módulo y refuercen el aprendizaje del alumno. | Momentos puntuales a lo largo del curso |
|--------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|

**j) MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD**

Nos remitimos al registro de actuaciones generales de intervención educativa facilitado por el departamento de orientación y acordado por el equipo docente del grupo.

**k) PLANIFICACIÓN DE ACTIVIDADES DE RECUPERACIÓN DEL MÓDULO PROFESIONAL PENDIENTE DE SUPERACIÓN (modelo plan recuperación).**

No hay alumnos de cursos anteriores con la materia pendiente.



Resultados de aprendizaje y Criterios de Evaluación según **Real Decreto 659/2023, de 18 de julio** (BOE de 22 de julio), por el que se establece **Currículo básico del módulo profesional de Digitalización aplicada a los sectores productivos**

| <i>Resultados de Aprendizaje</i>                                                                                                                                                                                                                  | <i>Criterios de Evaluación</i>   | <i>Contenido</i>                                  | <i>Peso (%)</i> | <i>Instrumento de evaluación</i>                                 | <i>Agente evaluador</i> |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|---------------------------------------------------|-----------------|------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| <b>RA 1 RESULTADO DE APREDIZAJE:</b> Establece las diferencias entre la Economía Lineal (EL) y la Economía Circular (EC), identificando las ventajas de la EC en relación con el medioambiente y el desarrollo sostenible<br><br>Ponderación: 15% | a)<br>b)<br>c)<br>d)<br>e)<br>f) | <b>Unidad 1:</b><br>Ec.Lineal y<br>Ec.Circular    | 10%             | <i>Otro: .....</i><br>Prueba objetiva 60%<br>Actividades 40%     | <i>Heteroevaluación</i> |
|                                                                                                                                                                                                                                                   |                                  | <b>Unidad 2:</b><br>Ventajas de la<br>Ec.Circular | 10%             | <i>Prueba práctica</i><br>Prueba objetiva 60%<br>Actividades 40% | <i>Heteroevaluación</i> |
| <b>RA 2 Caracteriza los principales aspectos de la 4.ª Revolución Industrial indicando los cambios y las ventajas que se producen tanto desde el punto de vista de los clientes como de las empresas.</b><br><br>Ponderación: 25 %                | a)<br>b)<br>c)<br>d)<br>e)<br>f) | <b>Unidad 3:</b><br>Las<br>Rev.Industriales       | 10%             | <i>Otro: .....</i><br>Prueba objetiva 60%<br>Actividades 40%     | <i>Heteroevaluación</i> |
|                                                                                                                                                                                                                                                   |                                  | <b>Unidad 4:</b> La<br>Cuarta<br>Rev.Industrial   | 15%             | <i>Otro: .....</i><br>Prueba objetiva 60%<br>Actividades 40%     | <i>Heteroevaluación</i> |



|                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                        |                                                         |                      |                                                              |                         |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------|---------------------------------------------------------|----------------------|--------------------------------------------------------------|-------------------------|
| <b>RA 3 Identifica la estructura de los sistemas basados en <i>cloud</i>/nube describiendo su tipología y campo de aplicación.</b><br><br>Ponderación: 15 %                                                                                                                                               | a)<br>b)<br>c)<br>d)<br>e)             | <b>Unidad 5:</b><br>Sistemas basados en la nube         | 15%                  | Prueba objetiva 60%<br>Actividades 40%                       | <i>Heteroevaluación</i> |
| <b>RA 4. Compara los sistemas de producción/prestación de servicios digitalizados con los sistemas clásicos identificando las mejoras introducidas.</b><br><br>Ponderación: 20%                                                                                                                           | a)<br>b)<br>c)<br>d)<br>e)<br>f)<br>h) | <b>Unidad 6:</b><br>Cambios tecnológicos en las empresa | 20%                  | <i>Otro: .....</i><br>Prueba objetiva 60%<br>Actividades 40% | <i>Heteroevaluación</i> |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                        | <b>Unidad 7:</b> La IA                                  | 20%                  | Prueba objetiva 60%<br>Actividades 40%                       | <i>Heteroevaluación</i> |
| <b>RA 5. Elabora un plan de transformación de una empresa clásica del sector en el que se enmarca el título, basada en una EL, al concepto 4.0, determinando los cambios a introducir en las principales fases del sistema e indicando como afectaría a los recursos humanos</b><br><br>Ponderación: 25 % | a)<br>b)<br>c)<br>d)<br>e)<br>f)<br>h) | <b>Anexo:</b> Plan de transformación digital            | A lo largo del curso |                                                              | <i>Heteroevaluación</i> |



# Junta de Castilla y León

Consejería de Educación

| NOTA DEL ALUMNO                                                                                       |    | 10    | 10    | 10    | 10    | 10    | 10    | 10    | 10    | 10    | 10    | 10    | 10    | 10    | 10    | 10     |         |                        |                              |            |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|---------|------------------------|------------------------------|------------|
|                                                                                                       |    | 60%   | 40%   |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |        |         |                        |                              |            |
| PESO DE UNIDADES %                                                                                    |    | 10    |       | 10    |       | 10    |       | 15    |       | 15    |       | 20    |       | 20    |       | 100    |         |                        |                              |            |
| Examen 60% .                                                                                          |    | 6,00  | 4,00  | 6,00  | 4,00  | 6,00  | 4,00  | 9,00  | 6,00  | 9,00  | 6,00  | 12,00 | 8,00  | 12,00 | 8,00  | 100,00 |         |                        |                              |            |
| Actividades 40%                                                                                       |    | UT1   |       | UT2   |       | UT3   |       | UT4   |       | UT5   |       | UT6   |       | UT7   |       | 0      |         |                        |                              |            |
|                                                                                                       |    | EX    | ACT   | EX    | ACT   | EX    | ACT   | EX    | ACT   | EX    | ACT   | EX    | ACT   | EX    | ACT   | 0      | NOTA CE | NOTA RA=media criterio | % del RA sobre la nota final | NOTA FINAL |
| RA                                                                                                    | CE |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       | 0      |         |                        |                              |            |
| 1. Realiza información en línea aplicando herramientas de Internet, intranet y otras redes.           | a) | 30,00 | 20,00 | 30,00 | 20,00 |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       | 100    | 10,00   | 10,00                  | 15%                          | 10         |
|                                                                                                       | b) | 30,00 | 20,00 | 30,00 | 20,00 |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       | 100    | 10,00   |                        |                              |            |
|                                                                                                       | c) | 30,00 | 20,00 | 30,00 | 20,00 |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       | 100    | 10,00   |                        |                              |            |
|                                                                                                       | d) | 30,00 | 20,00 | 30,00 | 20,00 |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       | 100    | 10,00   |                        |                              |            |
|                                                                                                       | e) | 30,00 | 20,00 | 30,00 | 20,00 |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       | 100    | 10,00   |                        |                              |            |
|                                                                                                       | f) | 30,00 | 20,00 | 30,00 | 20,00 |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       | 100    | 10,00   |                        |                              |            |
| 2. Realiza comunicaciones internas y externas mediante las utilidades de correo electrónico siguiendo | a) |       |       |       |       | 24,00 | 16,00 | 36,00 | 24,00 |       |       |       |       |       |       | 100    | 10,00   | 10,00                  | 25%                          |            |
|                                                                                                       | b) |       |       |       |       | 24,00 | 16,00 | 36,00 | 24,00 |       |       |       |       |       |       | 100    | 10,00   |                        |                              |            |
|                                                                                                       | c) |       |       |       |       | 24,00 | 16,00 | 36,00 | 24,00 |       |       |       |       |       |       | 100    | 10,00   |                        |                              |            |
|                                                                                                       | d) |       |       |       |       | 24,00 | 16,00 | 36,00 | 24,00 |       |       |       |       |       |       | 100    | 10,00   |                        |                              |            |
|                                                                                                       | e) |       |       |       |       | 24,00 | 16,00 | 36,00 | 24,00 |       |       |       |       |       |       | 100    | 10,00   |                        |                              |            |
|                                                                                                       | f) |       |       |       |       | 24,00 | 16,00 | 36,00 | 24,00 |       |       |       |       |       |       | 100    | 10,00   |                        |                              |            |
| documentos utilizando las aplicaciones básicas de hojas de cálculo                                    | a) |       |       |       |       |       |       |       |       | 60,00 | 40,00 |       |       |       |       | 100    | 10,00   | 10,00                  | 15%                          |            |
|                                                                                                       | b) |       |       |       |       |       |       |       |       | 60,00 | 40,00 |       |       |       |       | 100    | 10,00   |                        |                              |            |
|                                                                                                       | c) |       |       |       |       |       |       |       |       | 60,00 | 40,00 |       |       |       |       | 100    | 10,00   |                        |                              |            |
|                                                                                                       | d) |       |       |       |       |       |       |       |       | 60,00 | 40,00 |       |       |       |       | 100    | 10,00   |                        |                              |            |
|                                                                                                       | e) |       |       |       |       |       |       |       |       | 60,00 | 40,00 |       |       |       |       | 100    | 10,00   |                        |                              |            |
| 4. Elabora presentaciones gráficas utilizando aplicaciones informáticas                               | a) |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       | 30,00 | 20,00 | 30,00 | 20,00 | 100    | 10,00   | 10,00                  | 20%                          |            |
|                                                                                                       | b) |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       | 30,00 | 20,00 | 30,00 | 20,00 | 100    | 10,00   |                        |                              |            |
|                                                                                                       | c) |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       | 30,00 | 20,00 | 30,00 | 20,00 | 100    | 10,00   |                        |                              |            |
|                                                                                                       | d) |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       | 30,00 | 20,00 | 30,00 | 20,00 | 100    | 10,00   |                        |                              |            |
|                                                                                                       | e) |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       | 30,00 | 20,00 | 30,00 | 20,00 | 100    | 10,00   |                        |                              |            |
|                                                                                                       | f) |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       | 30,00 | 20,00 | 30,00 | 20,00 | 100    | 10,00   |                        |                              |            |
|                                                                                                       | g) |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       | 30,00 | 20,00 | 30,00 | 20,00 | 100    | 10,00   |                        |                              |            |
|                                                                                                       | h) |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       | 30,00 | 20,00 | 30,00 | 20,00 | 100    | 10,00   |                        |                              |            |
| plan de transformación de una empresa clásica del sector en el que se enmarca el título, basada en    | a) | 6,00  | 4,00  | 6,00  | 4,00  | 6,00  | 4,00  | 9,00  | 6,00  | 9,00  | 6,00  | 12,00 | 8,00  | 12,00 | 8,00  | 100    | 10,00   | 10,00                  | 25%                          |            |
|                                                                                                       | b) | 6,00  | 4,00  | 6,00  | 4,00  | 6,00  | 4,00  | 9,00  | 6,00  | 9,00  | 6,00  | 12,00 | 8,00  | 12,00 | 8,00  | 100    | 10,00   |                        |                              |            |
|                                                                                                       | c) | 6,00  | 4,00  | 6,00  | 4,00  | 6,00  | 4,00  | 9,00  | 6,00  | 9,00  | 6,00  | 12,00 | 8,00  | 12,00 | 8,00  | 100    | 10,00   |                        |                              |            |
|                                                                                                       | d) | 6,00  | 4,00  | 6,00  | 4,00  | 6,00  | 4,00  | 9,00  | 6,00  | 9,00  | 6,00  | 12,00 | 8,00  | 12,00 | 8,00  | 100    | 10,00   |                        |                              |            |
|                                                                                                       | e) | 6,00  | 4,00  | 6,00  | 4,00  | 6,00  | 4,00  | 9,00  | 6,00  | 9,00  | 6,00  | 12,00 | 8,00  | 12,00 | 8,00  | 100    | 10,00   |                        |                              |            |
|                                                                                                       | f) | 6,00  | 4,00  | 6,00  | 4,00  | 6,00  | 4,00  | 9,00  | 6,00  | 9,00  | 6,00  | 12,00 | 8,00  | 12,00 | 8,00  | 100    | 10,00   |                        |                              |            |
|                                                                                                       | g) | 6,00  | 4,00  | 6,00  | 4,00  | 6,00  | 4,00  | 9,00  | 6,00  | 9,00  | 6,00  | 12,00 | 8,00  | 12,00 | 8,00  | 100    | 10,00   |                        |                              |            |
|                                                                                                       | h) | 6,00  | 4,00  | 6,00  | 4,00  | 6,00  | 4,00  | 9,00  | 6,00  | 9,00  | 6,00  | 12,00 | 8,00  | 12,00 | 8,00  | 100    | 10,00   |                        |                              |            |



## **ANEXO I.**

### **CONTENIDOS del MÓDULO PROFESIONAL**

(Con carácter orientativo, en Real Decreto **659/2023, de 18 de julio**)

#### **1.- Economía lineal y la economía circular:**

- Fases del proceso productivo en la economía lineal.
- Fases del proceso productivo en la economía circular
- Costes y cadena de valor de la actividad económica
- Impacto y afectación en el medio ambiente de los modelos de empresas
- Eficiencia en la utilización de materiales y servicios
- Los modelos económicos en relación con su impacto medioambiental y los objetivos de desarrollo sostenible

#### **2.-Cuarta Revolución Industrial:**

- Sistemas ciberfísicos. Relación con la evolución de la industria
- Cambios provocados por la cuarta revolución industrial en los sistemas automatizados.
- Interrelación entre el mundo virtual y el mundo físico.
- Cambios producidos en los entornos 4.0.

#### **3.-Gestión en la nube (cloud) y sistemas conectados:**

- Computación en la nube. Definición y niveles
- Edge, fog y mist computing
- Ventajas del uso de los recursos de la nube
- Uso de la nube y rentabilidad de la empresa

#### **4.-Características de los sistemas de producción:**

- Tecnologías habilitadoras digitales (THD): Internet de las cosas, Inteligencia Artificial, Big data, Tecnología 5G, Ciberseguridad.
- Relación entre THD y productividad.
- Implantación de las tecnologías habilitadoras: relación con la reducción de costes y la mejora de la competitividad.

#### **5.- Plan de transformación digital:**

- Configuración de una empresa clásica.
- Plan de transformación digital.
- THD implicadas en la digitalización de las etapas.
- Configuración de la empresa digitalizada, mecanismos de análisis y control y recursos empleados.

# PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA DEL MÓDULO

## TÉCNICAS DE ALMACÉN



**Junta de  
Castilla y León**  
Consejería de Educación

- a) INTRODUCCIÓN: CONCEPTUALIZACIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL MÓDULO.
- b) COMPETENCIAS PROFESIONALES ASOCIADAS, LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y CONTENIDOS.
- c) RESULTADOS DE APRENDIZAJE QUE PUEDEN SER DESARROLLADOS EN LA EMPRESA U ORGANISMO EQUIPARADO.
- d) SECUENCIACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN DE LAS UNIDADES DE TRABAJO.
- e) LA METODOLOGÍA DIDÁCTICA QUE SE VA A APLICAR.
- f) LOS PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE DEL ALUMNADO, RECOGIENDO LAS ACTUACIONES QUE SE LLEVARÁN A CABO PARA EVALUAR Y CALIFICAR LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJES, INCLUIDOS LOS QUE SE DESARROLLEN EN LA EMPRESA U ORGANISMO EQUIPARADO, Y LOS CRITERIOS DE CALIFICACIÓN DE LOS MÓDULOS Y EL PROCEDIMIENTO Y PLAZOS A SEGUIR PARA LA PRESENTACIÓN Y TRAMITACIÓN DE LAS RECLAMACIONES.
- g) EL NÚMERO MÁXIMO DE FALTAS DE ASISTENCIA NO JUSTIFICADAS O LAS ACTIVIDADES NO REALIZADAS QUE DETERMINARÁN LA IMPOSIBILIDAD DE APLICAR LA EVALUACIÓN CONTINUA Y EL PROCEDIMIENTO A SEGUIR PARA LA EVALUACIÓN DEL ALUMNADO EN ESTOS CASOS.
- h) LOS MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS Y REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.
- i) ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES.
- j) MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD.
- k) PLANIFICACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE RECUPERACIÓN DE LOS MÓDULOS PENDIENTES DE SUPERACIÓN (No en Cursos de Especialización).



**PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA DEL MÓDULO PROFESIONAL [TÉCNICAS DE ALMACÉN](#)**

**Código [1228](#)**

**MARTA ANGOSO SÁNCHEZ**

**a) INTRODUCCIÓN: CONCEPTUALIZACIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL MÓDULO.**

Identificación del Ciclo formativo al que pertenece el módulo profesional [Técnico en actividades comerciales](#).

Familia profesional a la que pertenece [Comercio y Marketing](#).

Nivel del Ciclo Formativo [Grado Medio](#)

Duración del Ciclo Formativo [2000 horas](#).

Duración del módulo profesional [198 horas – 6 horas semanales \(2 el martes, 2 el jueves y 2 el viernes\) es el horario semanal del módulo, incluyendo los periodos vacacionales y el periodo de FFE \(a partir del 1/03/2027\) así como compromisos de centro, excursiones, exámenes y evaluaciones.](#)

**b) COMPETENCIAS PROFESIONALES ASOCIADAS, LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y CONTENIDOS. (en articulado y Anexos de Reales Decretos que regulan el título)**

Las competencias profesionales, personales y sociales asociadas a este módulo son las que se relacionan a continuación:

- Administrar y gestionar un pequeño establecimiento comercial, realizando las actividades necesarias con eficacia y rentabilidad, y respetando la normativa vigente.
- Organizar las operaciones del almacenaje de las mercancías en las condiciones que garanticen su conservación, mediante la optimización de medios humanos, materiales y de espacio, de acuerdo con procedimientos establecidos.
- Garantizar el aprovisionamiento del pequeño negocio, previendo las necesidades de compra para mantener el nivel de servicio que requiere la atención a la demanda de los clientes o consumidores.
- Realizar la gestión comercial y administrativa del establecimiento comercial, utilizando el hardware y software apropiado para automatizar las tareas y trabajos.
- Ejercer sus derechos y cumplir con las obligaciones derivadas de su actividad profesional, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente, participando activamente en la vida económica, social y cultural.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales f), q), r), s), t), u), v) y w) del ciclo formativo y las competencias d), m), n), ñ), o), p) y q) del título.

Los RA tienen el peso que se indica en la tabla del final de esta programación y los criterios de evaluación de cada RA tienen todos los mismos pesos.

**c) RESULTADOS DE APRENDIZAJE QUE PUEDEN SER DESARROLLADOS EN LA EMPRESA U ORGANISMO EQUIPARADO (verificar con ANEXO II del Plan de Formación de FFE según ORDEN EDU/173/2025, de 20 de febrero, por la que se desarrolla la formación en empresa u organismo equiparado, para las ofertas de formación profesional de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad de Castilla y León)**

Las empresas seleccionadas para la realización de la fase de formación en empresa serán empresas logísticas y comerciales, tanto mayoristas como minoristas, con almacén. Se han seleccionado el RA2 (recepción y disposición de mercancías), el RA3 (preparación de pedidos y expedición) y el RA4 (gestión de stocks e inventarios) como los más adecuados para desarrollar en la empresa de una forma



totalmente práctica, ya que son las operaciones habituales de un almacén y permiten al alumnado aportar a su empresa desde el primer día; los RA seleccionados son compartidos con el centro.

| Resultados de aprendizaje                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Unidad de trabajo |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
| RA2. Aplica técnicas de recepción y disposición de mercancías en el almacén, controlando los tiempos de manipulación y las condiciones de almacenamiento en función de las características de la mercancía.<br>El peso de este RA es de 19% de los cuales el 5% se destina a FFE y el resto a la UT correspondiente.         | UT 1, 2, 3, 4, 10 |
| RA3. Determina las condiciones de preparación de pedidos y la expedición de las mercancías del almacén, optimizando tiempos y recursos de acuerdo con la normativa vigente en materia de manipulación y transporte.<br>El peso de este RA es de 18% de los cuales el 5% se destina a FFE y el resto a la UT correspondiente. | UT 7, 8           |
| RA4. Aplica técnicas de gestión de stocks de mercancías en el almacén, analizando parámetros de control y realizando inventarios.<br>El peso de este RA es de 18% de los cuales el 5% se destina a FFE y el resto a la UT correspondiente.                                                                                   | UT 5, 6           |

**d) SECUENCIACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN DE LAS UNIDADES DE TRABAJO.**

|                                                            | Título                                              | Fechas y sesiones |
|------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|-------------------|
| <b>PRIMER TRIMESTRE<br/>(15/09/2026 –<br/>22/12/2026)</b>  | Presentación del módulo y debate inicial            | 2                 |
|                                                            | UT 1: Logística y planificación del almacén         | 11                |
|                                                            | UT 2: Diseño de almacén y equipos de almacenamiento | 13                |
|                                                            | UT 3: Sistema de almacenaje de mercancías           | 11                |
|                                                            | UT 4: Recepción y registro de mercancías            | 12                |
|                                                            | UT 5: Técnicas de gestión de stocks                 | 13                |
|                                                            | UT 6: Valoración de existencias e inventarios       | 14                |
| <b>SEGUNDO TRIMESTRE<br/>(11/01/2027 –<br/>26/02/2027)</b> | UT 7: Embalaje y expedición de mercancías           | 8                 |
|                                                            | UT 8: Transporte y entrega de mercancías            | 8                 |
|                                                            | UT 9: Personal del almacén y gestión informática    | 11                |



|                                       |                                                                  |            |
|---------------------------------------|------------------------------------------------------------------|------------|
|                                       | UT 10: Normas de seguridad y prevención de riesgos en el almacén | 7          |
|                                       | <b>TOTAL HORAS DOCENCIA DIRECTA EN AULA</b>                      | <b>122</b> |
| <b>TERCER PERIODO</b>                 | FFE (desde el 1/03/2027) y periodos vacacionales                 | <b>76</b>  |
| <b>Durante el curso</b>               | Huelgas, excursiones, charlas...                                 | <b>3</b>   |
| <b>Durante el curso</b>               | Compromisos de centro, evaluaciones...                           | <b>3</b>   |
| <b>Pruebas objetivas y revisiones</b> | 2 horas 1ª ev + 1 revisión / 2 horas 2ª ev + 1 revisión          | <b>6</b>   |

#### e) LA METODOLOGÍA DIDÁCTICA QUE SE VA A APLICAR

##### ***Métodos pedagógicos (estilos, estrategias y técnicas de enseñanza):***

##### **Metodología.**

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar las funciones de gestionar y coordinar las operaciones del almacén, optimizando los recursos disponibles. Se utilizarán diferentes metodologías a lo largo del curso, con el objetivo de que el alumnado pueda adquirir de forma óptima las competencias asociadas al módulo.

##### **Principios metodológicos.**

El principio general que subyace a la metodología educativa en la formación profesional indica que se trata de facilitar el trabajo autónomo del alumnado, potenciar las técnicas de investigación, así como la transferencia de lo aprendido a la vida real.

La metodología que se emplea en el presente módulo es variada:

- a) Aprendizaje basado en problemas (ABP), que se utiliza en la recepción de mercancías, la preparación de pedidos y la resolución de descuadres de inventario.
- b) Aprendizaje significativo, que utilizo para que el alumno conecte a través de ejemplos reales de almacenes los contenidos con la práctica profesional.
- c) El trabajo cooperativo, que desarrollan en el diseño de un almacén y la programación de las tareas de su personal.
- d) Aprender a aprender, dejando libertad al alumno para que realice sus propias búsquedas de información sobre equipos, sistemas de almacenaje y normativa.
- e) Expositiva, que se reducirá a las introducciones de contenido para situar al alumno e introducir las distintas actividades que se plantean a lo largo de las unidades.

En caso de ser necesario, se realizarán cuantas modificaciones se precisen en las metodologías aplicadas de acuerdo con las características del alumnado y en base a las circunstancias que puedan acontecer a lo largo del curso.

Se impulsará el trabajo en equipo y la colaboración, de modo que el alumnado aprenda a valorar las competencias adquiridas a través de situaciones empresariales simuladas (recepción de pedidos, picking, inventarios, uso de un sistema de gestión de almacenes). Estas actividades promoverán la organización, la comunicación efectiva y la cooperación, utilizando plataformas digitales de trabajo colaborativo.



El aula dispone de proyector, pizarra digital y equipo para el profesor, así como PCs para el alumnado, y se permitirá el uso de teléfonos móviles para realizar búsquedas y conectarse a la pizarra digital mediante Smartmirror.

Además, siempre que el grupo y el departamento lo permita, se utilizará didáctica propia de la formación profesional que integrará los aspectos científicos, tecnológicos y organizativos y se aplicarán metodologías activas de aprendizaje para favorecer la participación, implicación y compromiso del alumnado. Finalmente se propondrán proyectos o actividades coordinadas en los que intervengan diferentes módulos, interrelacionando aquellos que permitan completar las competencias profesionales del ciclo formativo.

Se fomentará el uso de la IA y se propondrá al alumnado el uso de las diferentes IAs generativas para la realización de las diversas actividades propuestas a lo largo del curso, de manera controlada y continuada siempre que el grupo lo permita, para que se familiaricen con el nuevo entorno laboral y aprendan a trabajar y discriminar la información.

- Herramientas de generación de texto como Notebook LM, ChatGPT (OpenAI)/Claude, Deepseek y/o Copilot...
- Herramientas de simulación y optimización de cargas, paletización y distribución de almacenes.

#### **Tipos de agrupamientos y organización de tiempos y espacios:**

En cada actividad se especifica el agrupamiento que podrá ser todo el grupo, grupos, parejas o individual.

#### **f) LOS PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE DEL ALUMNADO, RECOGIENDO LAS ACTUACIONES QUE SE LLEVARÁN A CABO PARA EVALUAR Y CALIFICAR LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJES, INCLUIDOS LOS QUE SE DESARROLLEN EN LA EMPRESA U ORGANISMO EQUIPARADO, Y LOS CRITERIOS DE CALIFICACIÓN DE LOS MÓDULOS Y EL PROCEDIMIENTO Y PLAZOS A SEGUIR PARA LA PRESENTACIÓN Y TRAMITACIÓN DE LAS RECLAMACIONES.**

##### ***Procedimientos de evaluación del aprendizaje del alumnado***

El presente módulo no es dual por lo que se evalúa por el profesor docente.

#### **Evaluación continua**

Para llevar a cabo el proceso de evaluación se combinarán actividades y pruebas tanto teóricas como prácticas (supuestos de recepción, picking, inventarios y uso del sistema de gestión de almacenes). En la tabla final de esta programación constan, para cada resultado de aprendizaje, los instrumentos de evaluación utilizados.

Se considerará que el alumno ha superado el módulo si obtiene una calificación igual o superior a 5 en TODOS los Resultados de Aprendizaje que forman parte del mismo, en cuyo caso se calculará la calificación siguiendo el porcentaje asignado a cada uno de los resultados de aprendizaje. Todo ello, al objeto de garantizar la verificación de la adquisición de los resultados de aprendizaje de la oferta formativa establecida en el artículo 18 del Real Decreto 659/2023, de 18 de julio. En el caso de que no se obtenga una calificación igual o superior a 5 en cada resultado de aprendizaje, la calificación máxima del módulo profesional será de 4 puntos.

#### **Instrumentos:**



- Pruebas escritas: preguntas tipo test, preguntas cortas, ejercicios y supuestos de cálculo (stocks, valoración de existencias, tiempos de manipulación) y de documentación.
- Pruebas prácticas: simulaciones de recepción de mercancías, picking, inventario y uso del sistema de gestión de almacenes, evaluadas con rúbricas.
- Portafolio de trabajo del trimestre: actividades, supuestos y proyectos realizados en el aula (por ejemplo, el diseño de un almacén).

El peso de cada instrumento dentro de cada resultado de aprendizaje se indica en la tabla final de esta programación, y se ha asignado en función de la naturaleza del resultado de aprendizaje (más práctico o más conceptual).

### **Evaluaciones parciales (1.ª y 2.ª evaluación)**

Se tendrán en cuenta las unidades de trabajo vistas en cada evaluación y el porcentaje de resultados de aprendizaje vistos en ese momento, siguiendo los criterios citados anteriormente (calificación igual o superior a 5 en los resultados de aprendizaje).

### **Evaluaciones finales**

- Para la primera evaluación final se tendrán en cuenta todas las unidades de trabajo y resultados de aprendizaje, incluidos los desarrollados en la FFE (RA2, RA3 y RA4), cuya calificación se incorporará en esta evaluación.
- Para la segunda evaluación final se evaluarán los resultados de aprendizaje no superados en la anterior evaluación final y, para la superación del módulo profesional, se tendrán en cuenta tanto los resultados de aprendizaje superados con anterioridad como el resultado obtenido en los que estaban pendientes de superación.

### **Imposibilidad de aplicar la evaluación continua**

La imposibilidad de aplicar la evaluación continua se aplicará cuando las faltas de asistencia sean no justificadas y supongan más de un 15% de la carga horaria del módulo profesional. Este hecho será comunicado por el profesor según establece el procedimiento reflejado en la programación general del departamento.

## ***Criterios de calificación de los módulos***

### ***Criterios de calificación de los módulos***

El alumno debe demostrar que ha adquirido todos los resultados de aprendizaje, no existiendo la posibilidad de compensar unos con otros. Se considera que un resultado de aprendizaje ha sido adquirido cuando obtenga una calificación igual o superior a 5, de conformidad con el artículo 12.2 de la Orden EDU/1575/2024, de 23 de diciembre.

Se llevará a cabo una evaluación por trimestre, con el fin de informar al alumno de su progreso. La nota será proporcional o prorrateada según el porcentaje obtenido en cada resultado de aprendizaje, siguiendo los criterios citados anteriormente (calificación igual o superior a 5 en los resultados de aprendizaje).

En la siguiente tabla consta el porcentaje o peso que cada resultado de aprendizaje tiene en cada unidad de trabajo. Si se suma en horizontal, se ve el porcentaje o peso de cada unidad de trabajo en el módulo; si se suma en vertical se obtiene el porcentaje o peso de cada resultado de aprendizaje.



|       | RA1 | RA2 | RA3 | RA4 | RA5 | RA6 | RA7 | Total |
|-------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|
| UT 1  | 3%  | 1%  |     |     |     |     |     | 4%    |
| UT 2  | 2%  | 2%  |     |     |     |     |     | 4%    |
| UT 3  |     | 4%  |     |     |     |     |     | 4%    |
| UT 4  |     | 6%  |     |     |     |     |     | 6%    |
| UT 5  | 2%  |     |     | 6%  |     |     |     | 8%    |
| UT 6  | 2%  |     |     | 7%  |     |     |     | 9%    |
| UT 7  |     |     | 9%  |     |     |     |     | 9%    |
| UT 8  |     |     | 4%  |     |     |     |     | 4%    |
| UT 9  | 4%  |     |     |     | 8%  | 9%  |     | 21%   |
| UT 10 |     | 1%  |     |     |     |     | 15% | 16%   |
| FFE   |     | 5%  | 5%  | 5%  |     |     |     | 15%   |
|       | 13% | 19% | 18% | 18% | 8%  | 9%  | 15% | 100%  |

#### **Ausencia de asistencia a exámenes**

En caso de que un alumno falte a la realización de una prueba global de evaluación o de recuperación, el profesor podrá plantear la realización de otra prueba en día posterior si, a su juicio, hay plazo para ello (es decir, si no ha pasado la fecha de evaluación) y siempre que el alumno haya faltado por causas de fuerza mayor, debidamente certificadas con justificante médico o de organismo oficial. No será válido cualquier otro justificante (de padres, empresas, del alumno...). No se repetirán en ningún caso los exámenes parciales. En caso de no presentar un justificante médico o de organismo oficial, la prueba constará como no realizada y computará con una nota de 0 para la obtención de la nota de evaluación.

#### ***Plazos a seguir para la presentación y tramitación de las reclamaciones.***

El alumno que no esté de acuerdo con la calificación obtenida en el módulo profesional en cualquiera de las evaluaciones trimestrales que no posean el carácter de evaluación final, podrá solicitar las aclaraciones que estime oportunas, siempre fundamentadas, acerca de las valoraciones y calificaciones realizadas en relación con su proceso de aprendizaje. Para ello, deberá dirigirse al profesor responsable de la evaluación del módulo profesional el cual deberá responder a la solicitud



de aclaración el primer día hábil posterior a la comunicación de los resultados, según los artículos 18 y 19 de la ORDEN EDU/1575/2024, de 23 de diciembre, por la que se regula el proceso de evaluación del alumnado que curse enseñanzas de grados D y E del sistema de formación profesional en la Comunidad de Castilla y León.

**g) EL NÚMERO MÁXIMO DE FALTAS DE ASISTENCIA NO JUSTIFICADAS O LAS ACTIVIDADES NO REALIZADAS QUE DETERMINARÁN LA IMPOSIBILIDAD DE APLICAR LA EVALUACIÓN CONTINUA Y EL PROCEDIMIENTO A SEGUIR PARA LA EVALUACIÓN DEL ALUMNADO EN ESTOS CASOS.**

Según el artículo 2, apartado 6 de ORDEN EDU/1575/2024, de 23 de diciembre, por la que se regula el proceso de evaluación del alumnado que curse enseñanzas de grados D y E del sistema de formación profesional en la Comunidad de Castilla y León, en las enseñanzas presenciales la evaluación continua del proceso formativo requiere la asistencia regular a las actividades lectivas programadas en los distintos módulos en los que se encuentre matriculado el alumnado. El número de faltas de asistencia que determina la imposibilidad de realizar la evaluación continua vendrá determinado en las correspondientes programaciones didácticas en las que se establecerá para ese caso el procedimiento de evaluación.

Según el artículo 12 del DECRETO 25/2024, de 21 de noviembre, por el que se establece el currículo de los ciclos formativos de grado medio, correspondiente a la oferta de Grado D y nivel 2 del Sistema de Formación Profesional, conducentes a la obtención del título de Técnico, en la Comunidad de Castilla y León, las programaciones recogerán el número máximo de faltas de asistencia no justificadas o las actividades no realizadas que determinarán la imposibilidad de aplicar la evaluación continua y el procedimiento a seguir para la evaluación del alumnado en esos casos.

El alumno que falte a 30 sesiones (15% de las 198 horas del módulo = 29,7) pierde el derecho a la evaluación continua. Esta situación implica que el profesor no tiene elementos de juicio suficientes para valorar los contenidos del módulo en su conjunto, es decir no hay una continuidad en la evaluación.

Son faltas justificadas las recogidas como tal en el RRI o en su defecto enfermedad (parte médico), citas médicas, citaciones judiciales, autorización para actividades oficiales del centro y fallecimiento de familiares (con documentación). Otras causas (trabajar para la familia, cuidar hermanos regularmente) no se consideran justificadas salvo excepcional justificación y valoración por Servicios Sociales.

La no realización de las tareas correspondientes al 15% de los RA supondrá la pérdida del derecho a la evaluación continua. Se consideran tareas obligatorias todas y cada una de las actividades del portafolio, las pruebas prácticas y simulaciones, las pruebas escritas y tener el cuaderno con todas las actividades que se han desarrollado en clase.

La pérdida de evaluación continua no supone la prohibición de asistir a clase, realizar actividades y tareas o presentarse a los exámenes parciales o de evaluación. El profesor, de hecho, recomienda asistir a clase y seguir en todo lo posible el ritmo normal del grupo (trabajos, actividades, exámenes) pues todo ello ayudará a ir preparando la materia.

**Serán evaluados de la siguiente forma:**

La evaluación del alumnado que ha perdido la evaluación continua consistirá en la realización de una prueba escrita (50% de la nota final) y la realización de las tareas desarrolladas durante el curso que el docente le indique en el plan de recuperación (50% de la nota final) que incluirán todos los contenidos



del módulo y tomará como referencia los criterios de evaluación; dicha prueba tendrá lugar en primera evaluación final.

En caso de no obtener una calificación de 5 puntos o superior, el alumno deberá presentarse a la convocatoria de segunda evaluación final con la totalidad de los RA no superados. En esta convocatoria su evaluación consistirá en la realización de una prueba escrita (100% de la nota final) que incluirá todos los contenidos del módulo y tomará como referencia los criterios de evaluación. En ella se especificarán claramente los criterios de calificación. La calificación deberá ser 5 puntos o superior para aprobar el módulo.

## **h) LOS MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS Y REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

Se recomienda el texto de McGraw Hill «Técnicas de Almacén» de Aurea Campo Varela, Ana María Hervás Exojo y María Teresa Revilla Rivas para seguir el desarrollo de las clases. El profesor se apoya en presentaciones visuales que podrán ser facilitadas al finalizar el tema pero que en ningún caso sustituirán al contenido desarrollado en el aula, ya que es un apoyo visual a las explicaciones y al trabajo compartido.

El desarrollo de los contenidos del módulo precisa de la aplicación de las TIC de forma habitual para la búsqueda y tratamiento de la información y cumplimentación de documentos, así es necesario utilizar: un procesador de textos, una hoja de cálculo, programas de creación de presentaciones y un sistema de gestión de almacenes (EasyWMS Basic de Mecalux), además de una conexión a Internet que permita consultar, en cualquier momento, páginas de recursos como:

- Mecalux ([www.mecalux.es](http://www.mecalux.es)): información y blog sobre sistemas de almacenaje y gestión de almacenes.
- GS1 España ([www.gs1es.org](http://www.gs1es.org)): estándares de codificación, código de barras y trazabilidad.
- Instituto Nacional de Seguridad y Salud en el Trabajo, INSST ([www.insst.es](http://www.insst.es)): prevención de riesgos laborales.

Otros recursos didácticos: ordenadores, internet, programas informáticos, bibliografía de aula según el tema a tratar, dispositivo de proyección sobre pantalla y presentaciones.

## **i) ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES.**

| Actividades complementarias y extraescolares                 | Breve descripción de la actividad                                                                                                                                                                                                    | Temporalización |
|--------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|
| Proyecto de centro: PLAN DE FOMENTO DE LA LECTURA            | La noticia de la semana, cada viernes un alumno deberá presentar al resto de la clase una noticia relevante para nuestro módulo, actualizada y contrastada con fuentes fiables que previamente habrá sido aprobada por la profesora. | Semanal         |
| Visita a la Feria del Emprendimiento y del Empleo de Zamora. | Se visitará la feria del Emprendimiento y el Empleo de Zamora.                                                                                                                                                                       | Un día          |



|                                         |                                                                                                                                                                                      |                                         |
|-----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|
| CHARLAS, PONENCIAS,<br>CURSOS o similar | Se realizarán charlas, ponencias, cursos o similar presenciales u online en el aula en horario de clase siempre que sean coherentes al módulo y refuercen el aprendizaje del alumno. | Momentos puntuales a lo largo del curso |
|-----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|

**j) MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD**

Recogido en acuerdo de departamento de fecha 22/09/2026 e incluido en la programación del departamento de comercio y marketing.

**k) PLANIFICACIÓN DE ACTIVIDADES DE RECUPERACIÓN DEL MÓDULO PROFESIONAL PENDIENTE DE SUPERACIÓN (modelo plan recuperación)**

Las actividades de recuperación están planificadas para ser realizadas entre la sesión de evaluación previa a la realización de la Fase de Formación en Empresa y la sesión de evaluación final. Durante este período el alumnado que no haya alcanzado el mínimo en el conjunto de Resultados de Aprendizaje trabajará aquellas partes o concreciones de las competencias no superadas (criterios de evaluación no superados), con el objetivo de que pueda adquirirlas de cara a la evaluación final del módulo profesional. Para ello se propondrá al alumnado implicado un plan de actividades de refuerzo y se realizarán pruebas escritas de recuperación.

**Resultados de aprendizaje y Criterios de Evaluación según Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico en Actividades Comerciales y se fijan sus enseñanzas mínimas (modificado por el Real Decreto 499/2024, de 21 de mayo)**

| Resultados de Aprendizaje                                                                                                                                   | Criterios de Evaluación                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Contenidos       | Peso (%) | Instrumento de evaluación                                   | Agente evaluador                                                                         |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|----------|-------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>RA1. Planifica las tareas diarias necesarias para realizar las operaciones y flujos de mercancías del almacén, optimizando los recursos disponibles.</b> | a) Se ha organizado la información de las operaciones y flujos previstos en el almacén durante un determinado periodo de tiempo.<br>b) Se han asignado las tareas diarias del almacén al personal, de acuerdo con los tiempos asignados a cada actividad.<br>c) Se han transmitido correctamente las órdenes y/o instrucciones de trabajo al personal correspondiente.<br>d) Se han registrado las entradas y salidas de mercancías previstas del almacén en el sistema de gestión de stocks. | UT 1, 2, 5, 6, 9 | 13%      | Prueba escrita 40%<br>Prueba práctica 30%<br>Portafolio 30% | Heteroevaluación<br>Heteroevaluación y coevaluación<br>Heteroevaluación y autoevaluación |



|                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                         |     |                                                             |                                                                            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|-----|-------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                    | <p>e) Se ha realizado el control diario del stock del almacén, garantizando las necesidades de los clientes internos o externos.</p> <p>f) Se han utilizado medios de comunicación y transmisión electrónicos (EDI) para la coordinación y seguimiento de mercancías en el almacén.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                         |     |                                                             |                                                                            |
| <b>RA2. Aplica técnicas de recepción y disposición de mercancías en el almacén, controlando los tiempos de manipulación y las condiciones de almacenamiento en función de las características de la mercancía.</b> | <p>a) Se ha organizado la descarga de las mercancías de los vehículos, asignándole el muelle correspondiente del almacén.</p> <p>b) Se ha verificado la correspondencia entre la mercancía descargada y la documentación que la acompaña.</p> <p>c) Se han investigado las causas por las cuales se ha devuelto mercancía al almacén.</p> <p>d) Se han identificado las instrucciones de descarga y manipulación que contienen las fichas de cada mercancía, de forma que se asegure su integridad y trazabilidad.</p> <p>e) Se han calculado los tiempos de manipulación de las mercancías, optimizando las operaciones y cumpliendo con la normativa de seguridad y prevención de riesgos laborales.</p> <p>f) Se ha organizado la desconsolidación de la carga y el desembale de las mercancías.</p> <p>g) Se ha asignado la ubicación adecuada a la mercancía recepcionada, teniendo en cuenta sus características de caducidad y rotación, entre otras.</p> | UT 1, 2, 3, 4, 10 y FFE | 19% | Prueba escrita 40%<br>Prueba práctica 40%<br>Portafolio 20% | Heteroevaluación<br>y coevaluación<br>Heteroevaluación<br>y autoevaluación |
| <b>RA3. Determina las condiciones de preparación de pedidos y la</b>                                                                                                                                               | <p>a) Se han transmitido las instrucciones de preparación de pedidos por el sistema de gestión implantado.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | UT 7, 8 y FFE           | 18% | Prueba escrita 40%                                          | Heteroevaluación<br>Heteroevaluación<br>y coevaluación                     |



|                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |               |     |                                                             |                                                                                          |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|-----|-------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>expedición de las mercancías del almacén, optimizando tiempos y recursos de acuerdo con la normativa vigente en materia de manipulación y transporte.</b> | <p>b) Se ha optimizado la colocación de mercancías en las unidades de carga, minimizando huecos y asegurando la estiba de las mismas.</p> <p>c) Se ha determinado el método de preparación de pedidos y/o embalaje más adecuado a las características de la mercancía y del almacén.</p> <p>d) Se ha diseñado el sistema de abastecimiento de mercancías a la zona de preparación de pedidos, optimizando las operaciones necesarias.</p> <p>e) Se ha realizado la señalización, rotulación, codificación y etiquetado, entre otras tareas, de las mercancías que van a ser expedidas.</p> <p>f) Se ha confeccionado la documentación que acompaña a la mercancía expedida.</p> <p>g) Se han considerado las condiciones del seguro más favorables para la empresa, en el transporte de la mercancía expedida.</p> <p>h) Se ha elegido el medio transporte más adecuado para la mercancía expedida.</p> |               |     | Prueba práctica 40%<br>Portafolio 20%                       | Heteroevaluación y autoevaluación                                                        |
| <b>RA4. Aplica técnicas de gestión de stocks de mercancías en el almacén, analizando parámetros de control y realizando inventarios.</b>                     | <p>a) Se han calculado los parámetros de gestión y control de inventarios utilizados habitualmente en el almacén.</p> <p>b) Se han establecido criterios de cuantificación de las variables que detecten las desviaciones y roturas de stock.</p> <p>c) Se han establecido sistemas de control de inventarios realizados por medios convencionales o informáticos.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | UT 5, 6 y FFE | 18% | Prueba escrita 50%<br>Prueba práctica 35%<br>Portafolio 15% | Heteroevaluación<br>Heteroevaluación y coevaluación<br>Heteroevaluación y autoevaluación |



|                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |      |    |                                                             |                                                                                          |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|----|-------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                     | <p>d) Se han establecido normas o protocolos de funcionamiento de almacén que regularicen las diferencias encontradas, en su caso, en la realización de inventarios.</p> <p>e) Se han identificado las causas por las que pueden existir descuadres entre el stock físico y el contable.</p> <p>f) Se han propuesto medidas que corrijan los descuadres de almacén, transmitiendo las incidencias de acuerdo con las especificaciones establecidas.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |      |    |                                                             |                                                                                          |
| <b>RA5. Programa las actividades diarias del personal del almacén, garantizando el desarrollo efectivo y eficaz de las actividades del almacén.</b> | <p>a) Se ha determinado el número de trabajadores asignado a cada operación de almacén en función de las órdenes y especificaciones recibidas.</p> <p>b) Se han asignado trabajadores a cada tarea del almacén, respetando la normativa laboral y de seguridad y prevención de riesgos laborales.</p> <p>c) Se han establecido sistemas de comunicación de las instrucciones de las órdenes y actividades diarias que tiene que realizar el personal del almacén.</p> <p>d) Se han establecido métodos de control de desarrollo de órdenes y actividades del personal de almacén, de acuerdo con los sistemas de calidad implantados por la organización.</p> <p>e) Se han establecido cronogramas para realizar las operaciones habituales del almacén que mejoren la productividad.</p> <p>f) Se han caracterizado las necesidades de información y</p> | UT 9 | 8% | Prueba escrita 30%<br>Prueba práctica 30%<br>Portafolio 40% | Heteroevaluación<br>Heteroevaluación y coevaluación<br>Heteroevaluación y autoevaluación |



|                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |       |     |                                                             |                                                                                          |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|-----|-------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                    | formación del personal del almacén.<br>g) Se han incorporado técnicas de comunicación que promuevan en el personal de almacén su integración y trabajo en equipo.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |       |     |                                                             |                                                                                          |
| <b>RA6. Maneja aplicaciones informáticas de gestión y organización de almacenes que mejoren el sistema de calidad.</b>                             | a) Se han determinado las principales tareas del almacén que pueden ser gestionadas de forma eficiente mediante aplicaciones informáticas.<br>b) Se han determinado cuáles son las aplicaciones informáticas existentes en el mercado que pueden gestionar las tareas del almacén.<br>c) Se han utilizado aplicaciones informáticas adecuadas para realizar la gestión comercial del almacén.<br>d) Se han utilizado simuladores adecuados para la optimización de cargas, paletización, embalajes y medios de transporte.<br>e) Se han determinado soluciones logísticas para la automatización y la eficiencia de las tareas del almacén.<br>f) Se han utilizado aplicaciones informáticas para la mejora continua del sistema de calidad de la empresa. | UT 9  | 9%  | Prueba escrita 20%<br>Prueba práctica 60%<br>Portafolio 20% | Heteroevaluación<br>Heteroevaluación y coevaluación<br>Heteroevaluación y autoevaluación |
| <b>RA7. Aplica la normativa de seguridad e higiene en las operaciones de almacén mediante procedimientos de previsión de accidentes laborales.</b> | a) Se han determinado las incidencias y accidentes más comunes en el trabajo diario dentro de un almacén.<br>b) Se ha determinado la normativa aplicable en materia de seguridad, higiene y prevención de riesgos laborales en las actividades propias del almacenamiento de mercancías.<br>c) Se han caracterizado las medidas que hay que adoptar en                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | UT 10 | 15% | Prueba escrita 60%<br>Prueba práctica 20%<br>Portafolio 20% | Heteroevaluación<br>Heteroevaluación y coevaluación<br>Heteroevaluación y autoevaluación |



|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |  |  |  |  |
|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|
|  | <p>caso de accidente producido en la manipulación de la mercancía dentro del almacén.</p> <p>d) Se ha establecido el procedimiento que se debe seguir en el caso de accidentes en el almacén.</p> <p>e) Se han descrito las cargas físicas y mentales que se producen en las actividades del almacén.</p> <p>f) Se han descrito las medidas de seguridad que hay que adoptar y los medios de protección necesarios en caso de incendios menores en el almacén.</p> |  |  |  |  |
|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|



**ANEXO I.**

**CONTENIDOS del MÓDULO PROFESIONAL**

*(Con carácter orientativo, en el Decreto 77/2015, de 10 de diciembre, por el que se establece el currículo del título de Técnico en Actividades Comerciales en la Comunidad de Castilla y León)*

**UT 1: Logística y planificación del almacén**

- La logística y la cadena de suministro. Funciones y objetivos de la logística.
- Logística inversa en la cadena de suministro. Cross docking.
- El almacén: concepto y funciones.
- Tipos de almacenes.
- Planificación y ubicación de los almacenes. El almacén central.

**UT 2: Diseño de almacén y equipos de almacenamiento**

- Implantación del edificio y zonas externas. Zonas de carga y descarga.
- Distribución interior del almacén. Pasillos y codificación de zonas.
- Medios mecánicos de almacenaje. Equipos con movimiento sin traslado.
- Equipos con movimiento y traslado: transpaletas, apiladores, carretillas elevadoras, transelevadores y vehículos de guiado automático (AGV).

**UT 3: Sistema de almacenaje de mercancías**

- Almacenaje de mercancías.
- Almacenaje en estanterías: convencional, compacto, dinámico y móvil.
- Almacenaje de piezas pequeñas: sistemas «operario hacia el producto» y «producto hacia el operario».
- Almacenaje de cargas especiales.
- Almacenes autoportantes.

**UT 4: Recepción y registro de mercancías**

- Proceso de recepción. Registro de mercancías. Hoja de recepción.
- Clasificación y ubicación de las mercancías. Clasificación ABC.
- Etiquetado y codificación de mercancías. Código de barras. Simbología GS1-128.
- Simbologías GS1 DataMatrix y GS1 QR-Code.
- Etiquetas electrónicas. Códigos EPC/RFID.

**UT 5: Técnicas de gestión de stocks**

- Diferencias entre surtido y stock. Planificación del stock. Tipos de stocks según su finalidad.
- Gestión de existencias. Nivel de servicio y nivel de stock.
- Costes de stocks: compra o adquisición y almacenamiento.
- Rotación de mercancías en el almacén. El PMM.
- Sistemas de reaprovisionamiento. El VOP y el Pp.

**UT 6: Valoración de existencias e inventarios**

- Control de existencias. Normas contables de valoración.
- Ficha de control de existencias.
- Métodos de valoración: PMP y FIFO. Registro de devoluciones y mermas.



- El inventario: concepto y normativa. Proceso del inventario físico. Valoración del inventario.

## **UT 7: Embalaje y expedición de mercancías**

- Recepción y preparación de pedidos. Sistemas de extracción y selección de las mercancías.
- Orden de picking. Preparación del envío. Documentación que acompaña a la mercancía.
- Envases y embalajes: funciones, características y proceso de envasado-embalado.
- Materiales y clasificación de envases y embalajes.
- Unidad de carga: paletización y embalaje.
- Legislación sobre envases y embalaje. Gestión de residuos de envases y embalajes. Punto Verde.

## **UT 8: Transporte y entrega de mercancías**

- Organización del transporte. Etapas y agentes. Estiba de camiones y contenedores.
- Formas de contratar el transporte.
- Medios de transporte: carretera, ferrocarril, marítimo, aéreo y multimodal.
- Subcontratación: operadores logísticos.
- Seguro para transporte de mercancías.

## **UT 9: Personal del almacén y gestión informática**

- Departamento de logística y personal de almacén: puestos y funciones.
- Trabajo en equipo y comunicación. Escucha activa. Cronogramas de actuación. Formación del personal.
- Sistemas de Gestión de Almacenes (SGA). Integración del SGA y los equipos del almacén.
- Software EasyWMS Basic (Mecalux): aplicaciones, funciones y terminal de radiofrecuencia.

## **UT 10: Normas de seguridad y prevención de riesgos en el almacén**

- Normas y legislación de seguridad laboral. Ley de Prevención de Riesgos Laborales.
- Factores de riesgo en el almacén. Medidas preventivas de seguridad.
- Señalización: colores y símbolos normalizados.
- Riesgos durante el manejo de cargas y el almacenaje. Condiciones ambientales.
- Almacenaje de mercancías peligrosas y perecederas.
- Prevención de riesgo por incendio. Protección y actuación en caso de incendio.

**PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA DEL MÓDULO PROFESIONAL DINAMIZACIÓN DEL PUNTO DE VENTA código 1231**

**a) INTRODUCCIÓN: CONCEPTUALIZACIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL MÓDULO.**

|                                                                                  |                                                   |
|----------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|
| <b>Identificación del Ciclo formativo al que pertenece el módulo profesional</b> | <b>Ciclo formativo de Actividades Comerciales</b> |
| <b>Familia profesional a la que pertenece</b>                                    | <b>Comercio y Marketing</b>                       |
| <b>Nivel del Ciclo Formativo</b>                                                 | <b>Grado Medio</b>                                |
| <b>Duración del Ciclo Formativo</b>                                              | <b>2000</b>                                       |
| <b>Duración del módulo profesional</b>                                           | <b>165</b>                                        |

**b) COMPETENCIAS PROFESIONALES ASOCIADAS, LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y CONTENIDOS. (en articulado y Anexos de Reales Decretos que regulan el título)**

**Competencias profesionales**

Las competencias profesionales, personales y sociales asociadas a este módulo son las que se relacionan a continuación:

- b) Administrar y gestionar un pequeño establecimiento comercial, realizando las actividades necesarias con eficacia y rentabilidad, y respetando la normativa vigente.
- c) Realizar la venta de productos y/o servicios a través de los distintos canales de comercialización, utilizando las técnicas de venta adecuadas a la tipología del cliente y a los criterios establecidos por la empresa.
- f) Realizar actividades de animación del punto de venta en establecimientos dedicados a la comercialización de productos y/o servicios, aplicando técnicas de merchandising, de acuerdo con los objetivos establecidos en el plan de comercialización de la empresa.
- h) Realizar la gestión comercial y administrativa del establecimiento comercial, utilizando el hardware y software apropiado para automatizar las tareas y trabajos.
- i) Ejecutar las acciones de marketing definidas por la organización comercial en el plan de marketing, identificando las necesidades de productos y/o servicios de los clientes, los factores que intervienen en la fijación de precios, los canales de distribución y las técnicas de comunicación para cumplir con los objetivos fijados por la dirección comercial.
- k) Realizar ventas especializadas de productos y/o servicios, adaptando el argumentario de ventas a las características peculiares de cada caso para cumplir con los objetivos comerciales definidos por la dirección comercial.



| RA 1. Organiza la superficie comercial, aplicando técnicas de optimización de espacios y criterios de seguridad e higiene.                                                                                 |                              |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|
| CRITERIOS DE EVALUACIÓN                                                                                                                                                                                    | UNIDADES DE TRABAJO          |
| a) Se han identificado los trámites oportunos para la obtención de licencias y autorizaciones de elementos externos en la vía pública.                                                                     | UT 1<br>UT 2<br>UT 7<br>UT 9 |
| b) Se han dispuesto los elementos de la tienda, mobiliario y exposición, según las necesidades de la superficie de venta.                                                                                  |                              |
| c) Se han determinado las principales técnicas de merchandising que se utilizan en la distribución de una superficie de venta.                                                                             |                              |
| d) Se han definido las características de una zona fría y de una zona caliente en un establecimiento comercial.                                                                                            |                              |
| e) Se han determinado métodos para reducir barreras psicológicas y físicas de acceso al establecimiento comercial.                                                                                         |                              |
| f) Se han descrito las medidas que se aplican en los establecimientos comerciales para conseguir que la circulación de la clientela sea fluida y pueda permanecer el máximo tiempo posible en el interior. |                              |
| g) Se han descrito los criterios que se utilizan en la distribución lineal del suelo por familia de productos, explicando ventajas e inconvenientes.                                                       |                              |
| h) Se ha identificado la normativa de seguridad e higiene vigente referida a la distribución en planta de una superficie comercial.                                                                        |                              |
| RA2. Coloca, expone y repone los productos en la zona de venta, atendiendo a criterios comerciales, condiciones de seguridad y normativa vigente.                                                          |                              |
| CRITERIOS DE EVALUACIÓN                                                                                                                                                                                    | UNIDADES DE TRABAJO          |
| a) Se han delimitado las dimensiones del surtido de productos.                                                                                                                                             | UT 8<br>UT 9                 |
| b) Se ha establecido el número de referencias según características de los productos, espacio disponible y tipo de lineal.                                                                                 |                              |
| c) Se han realizado simulaciones de rotación de los productos en los lineales de un establecimiento comercial.                                                                                             |                              |
| d) Se han analizado los efectos que producen en el consumidor los diferentes modos de ubicación de productos en lineales.                                                                                  |                              |
| e) Se han clasificado los productos en familias, observando la normativa vigente.                                                                                                                          |                              |
| f) Se han identificado los parámetros físicos y comerciales que determinan la colocación de los productos en los distintos niveles, zonas del lineal y posición.                                           |                              |
| g) Se han interpretado planogramas de implantación y reposición de productos en el lineal.                                                                                                                 |                              |
| h) Se ha realizado la distribución y colocación de los productos en el lineal, aplicando técnicas de merchandising.                                                                                        |                              |
| RA3. Realiza trabajos de decoración, señalética, rotulación y cartelería, aplicando técnicas de publicidad y animación en el punto de venta.                                                               |                              |



| CRITERIOS DE EVALUACIÓN                                                                                                                                                                           | UNIDADES DE TRABAJO  |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|
| a) Se ha animado y decorado el establecimiento según la planificación anual, dinamizándolo según la política comercial del establecimiento.                                                       | UT 11                |
| b) Se ha realizado papelería según el libro de estilo corporativo de un establecimiento.                                                                                                          |                      |
| c) Se han asociado diferentes tipografías con los efectos que producen en el consumidor.                                                                                                          |                      |
| d) Se han elaborado formas de cartelería acordes a cada posicionamiento y señalética.                                                                                                             |                      |
| e) Se han creado mensajes que se quieren transmitir al cliente, mediante las técnicas de rotulación, combinando diferentes materiales que consigan la armonización entre forma, textura y color.  |                      |
| f) Se han utilizado programas informáticos de edición, realizando carteles para el establecimiento.                                                                                               |                      |
| g) Se han montado los elementos decorativos en condiciones de seguridad y prevención de riesgos laborales.                                                                                        |                      |
| RA 4. Realiza los escaparates adecuados a las características esenciales de los establecimientos y cuida los elementos exteriores, aplicando técnicas profesionales.                              |                      |
| CRITERIOS DE EVALUACIÓN                                                                                                                                                                           | UNIDADES DE TRABAJO  |
| a) Se ha analizado un estudio en el que se analiza el diseño y montaje de escaparates en diferentes tipos de establecimientos comerciales.                                                        | UT 4<br>UT 5<br>UT 6 |
| b) Se han explicado los efectos psicológicos que producen en el consumidor las distintas técnicas utilizadas en escaparatismo.                                                                    |                      |
| c) Se han argumentado las funciones y objetivos que puede tener un escaparate.                                                                                                                    |                      |
| d) Se han definido los criterios de valoración del impacto que puede producir un escaparate en el volumen de ventas.                                                                              |                      |
| e) Se han especificado los criterios de selección de los materiales que se van a utilizar y el presupuesto disponible.                                                                            |                      |
| f) Se han definido los criterios de composición y montaje de los escaparates, atendiendo a criterios comerciales.                                                                                 |                      |
| g) Se han diseñado escaparates, aplicando los métodos adecuados y las técnicas precisas, según un boceto.                                                                                         |                      |
| h) Se han montado escaparates con diferentes objetivos comerciales.                                                                                                                               |                      |
| RA5. Determina acciones promocionales para rentabilizar los espacios de establecimientos comerciales, aplicando técnicas para incentivar la venta y para la captación y fidelización de clientes. |                      |
| CRITERIOS DE EVALUACIÓN                                                                                                                                                                           | UNIDADES DE TRABAJO  |
| a) Se han descrito los distintos medios promocionales que habitualmente se utilizan en un pequeño establecimiento comercial.                                                                      | UT 3<br>UT 10        |



| b) Se han enumerado las principales técnicas psicológicas que se aplican en una acción promocional.               |                            |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|
| c) Se han considerado las situaciones susceptibles de introducir una acción promocional.                          |                            |
| d) Se han programado, según las necesidades comerciales y el presupuesto, las acciones más adecuadas.             |                            |
| e) Se ha seleccionado la acción promocional más adecuada para los diferentes objetivos comerciales.               |                            |
| <b>RA6. Aplica métodos de control de acciones de merchandising, evaluando los resultados obtenidos.</b>           |                            |
| <b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>                                                                                    | <b>UNIDADES DE TRABAJO</b> |
| a) Se ha establecido el procedimiento de obtención del valor de las ratios de control.                            | UT 12                      |
| b) Se han descrito los instrumentos de medida que se utilizan para valorar la eficacia de una acción promocional. |                            |
| c) Se han calculado las ratios que se utilizan para el control de las acciones de merchandising.                  |                            |
| d) Se ha evaluado la eficacia de la acción promocional, utilizando las principales ratios que la cuantifican.     |                            |
| e) Se han realizado informes, interpretando y argumentando los resultados obtenidos                               |                            |

**c) RESULTADOS DE APRENDIZAJE QUE PUEDEN SER DESARROLLADOS EN LA EMPRESA U ORGANISMO EQUIPARADO**

| <b>PLANIFICACIÓN DE LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE DEL CICLO FORMATIVO/CURSO DE ESPECIALIZACIÓN PARA SU DESARROLLO EN LA FASE DE FORMACIÓN EN EMPRESA A LO LARGO DE TODA LA FORMACIÓN</b> |               |                                                                                                                                                                                                   |               |                |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|----------------|
| <b>MÓDULO PROFESIONAL</b>                                                                                                                                                                | <b>CÓDIGO</b> | <b>RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>                                                                                                                                                                  | <b>CENTRO</b> | <b>EMPRESA</b> |
| <b>Dinamización del punto de venta</b>                                                                                                                                                   | 1231          | RA2: Coloca, expone y repone los productos en la zona de venta, atendiendo a criterios comerciales, condiciones de seguridad y normativa vigente.                                                 | Sí            | Sí             |
| <b>Dinamización del punto de venta</b>                                                                                                                                                   | 1231          | RA5: Determina acciones promocionales para rentabilizar los espacios de establecimientos comerciales, aplicando técnicas para incentivar la venta y para la captación y fidelización de clientes. | Sí            | Sí             |

**d) SECUENCIACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN DE LAS UNIDADES DE TRABAJO.**

|  | <b>Título</b>                  | <b>Fechas y sesiones</b> |
|--|--------------------------------|--------------------------|
|  | UD1. La distribución comercial | 10 sesiones              |



|                          |                                                             |             |
|--------------------------|-------------------------------------------------------------|-------------|
| <b>PRIMER TRIMESTRE</b>  | UD2. El cliente                                             | 12 sesiones |
|                          | UD3. La comunicación y el merchandising                     | 12 sesiones |
|                          | UD4. Elementos exteriores del punto de venta. El escaparate | 10 sesiones |
|                          | UD5. Técnicas de escaparatismo                              | 10 sesiones |
| <b>SEGUNDO TRIMESTRE</b> | UD6. El montaje del escaparate                              | 10 sesiones |
|                          | UD7. Organización de la superficie comercial                | 12 sesiones |
|                          | UD8. El surtido                                             | 12 sesiones |
|                          | UD9. El lineal                                              | 10 sesiones |
| <b>TERCER TRIMESTRE</b>  | UD10. Promociones de ventas                                 | 12 sesiones |
|                          | UD11. Publicidad en el lugar de venta                       | 12 sesiones |
|                          | UD12. Análisis de las acciones de merchandising             | 10 sesiones |
|                          | <i>FEE</i>                                                  | 33 sesiones |

#### **e) LA METODOLOGÍA DIDÁCTICA QUE SE VA A APLICAR**

##### ***Métodos pedagógicos (estilos, estrategias y técnicas de enseñanza):***

funciones de diseño de espacios comerciales y escaparates.

La función de organización de espacios comerciales y diseño de escaparates incluye aspectos como:

- La organización y diseño de espacios comerciales.
- El diseño de escaparates.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- Distribución y organización de un espacio comercial, analizando los elementos básicos que lo conforman.
- Selección de elementos interiores y exteriores de la implantación comercial.
- Fijación de criterios de composición y montaje de escaparates.
- Análisis de información sobre psicología del consumidor, tendencias, criterios estéticos y criterios comerciales.
- Diseño de distintos tipos de escaparate.
- Organización del montaje de un escaparate.

La formación del módulo profesional contribuye a alcanzar los objetivos generales i), j), q), r), s), t), u), v) y w) del ciclo formativo, y las competencias f), m), n), ñ), o), p) y q) del título.

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

- Organización de la superficie comercial aplicando técnicas de merchandising.
- Colocación, exposición y reposición de los productos en la zona de venta, atendiendo a criterios comerciales.
- Aplicación de técnicas de publicidad en el lugar de venta (PLV) y animación del establecimiento.
- Realización de los escaparates y cuidado de los elementos exteriores, aplicando las técnicas profesionales.



- Aplicación de acciones promocionales para rentabilizar los espacios de establecimientos comerciales.
- Aplicación de métodos de control de acciones de merchandising.

***Tipos de agrupamientos y organización de tiempos y espacios:***

*El aula dispone de proyector, pizarra digital y un equipo para el profesor. Contiene PCs para el alumnado y se permitirá el uso de teléfonos móviles para realizar búsquedas y conectarse a la pizarra digital mediante Smartmirror.*

En cada actividad se especifica el agrupamiento que podrá ser todo el grupo, parejas o individual.

**f) LOS PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE DEL ALUMNADO, RECOGIENDO LAS ACTUACIONES QUE SE LLEVARÁN A CABO PARA EVALUAR Y CALIFICAR LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJES, INCLUIDOS LOS QUE SE DESARROLLEN EN LA EMPRESA U ORGANISMO EQUIPARADO, Y LOS CRITERIOS DE CALIFICACIÓN DE LOS MÓDULOS Y EL PROCEDIMIENTO Y PLAZOS A SEGUIR PARA LA PRESENTACIÓN Y TRAMITACIÓN DE LAS RECLAMACIONES.**

***Procedimientos de evaluación del aprendizaje del alumnado***

La evaluación tendrá un carácter continuo por lo que se realizará a lo largo de todo el proceso formativo del alumno, lo que permitirá guiar al alumno en dicho proceso, detectar errores en la adquisición de habilidades y destrezas, y recuperar aquellos aspectos en los que se detecten deficiencias, de tal manera que se alcancen los objetivos previstos.

A lo largo del proceso formativo, se contemplan tres momentos de evaluación: evaluación inicial, evaluación formativa y evaluación final.

La evaluación inicial proporciona información de partida del alumno con la finalidad de orientar la intervención educativa adecuadamente, de forma que el proceso de enseñanza/aprendizaje pueda adquirir el carácter de individualización que se requiera en cada caso. En la evaluación inicial se utilizarán instrumentos tales como entrevistas, cuestionarios, observación directa, etc. para conocer al alumno (capacidades y habilidades, técnicas de trabajo, motivaciones e intereses).

La evaluación formativa se realiza a lo largo del propio proceso de enseñanza aprendizaje. Aquí se evaluarán aspectos tales como: el progreso de cada alumno, la consecución de los resultados de aprendizaje y las dificultades halladas en el aprendizaje de los diferentes tipos de contenidos.

La evaluación final representa el resultado del seguimiento y evaluación de todo el proceso formativo en el que se valorará la evolución positiva en el desarrollo personal y la consecución de los resultados de aprendizaje asistidos por los criterios de evaluación.

Instrumentos de evaluación:



- Observación sistemática
- Ejercicios prácticos
- Pruebas orales
- Pruebas escritas.
  - Proyectos.

### ***Criterios de calificación de los módulos***

La nota trimestral de cada evaluación estará formada por la valoración de los siguientes apartados:

**Prueba de evaluación:** comprenderá toda la materia impartida en la misma. En alguna evaluación el profesor puede plantear la opción de exámenes parciales. En este caso, la nota de la prueba de evaluación será una media aritmética o ponderada de las notas de los parciales, según se comunique previamente y en la propia prueba en función de número e importancia de las unidades de trabajo de cada parcial.

**Actividades prácticas:** Trabajos en clase/casa por el alumno sobre un tema, comentario de artículos, realización de actividades/ejercicios, preguntas en clase, tests de repaso con ayuda del libro o apuntes, exposiciones orales, etc. Cuando se encargue la realización de ejercicios o actividades, el profesor podrá pedir la entrega de estos a todos o a parte de los alumnos, o bien la resolución en clase a quien se indique. La ponderación de cada nota en el conjunto de este apartado figurará en la propia actividad y dependerá de cada evaluación y de las actividades que se soliciten.

|                                                                                                                |                   |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
| La nota de la evaluación será el resultado de realizar la siguiente media ponderada: Criterios de calificación | % de calificación |
| <b>Pruebas escritas de evaluación</b>                                                                          | 50%               |
| <b>Actividades prácticas</b>                                                                                   | 50%               |

Es requisito para aprobar una evaluación obtener un mínimo de 5 puntos como resultado de la ponderación descrita de las partes a) y b). No se hará media con exámenes, trabajos o exposiciones orales suspensas (con una nota inferior a 5).

Dado que las notas de evaluación no permiten números decimales, y éstos se pueden producir como consecuencia de la aplicación del cálculo anterior, la calificación de la evaluación se hará por redondeo. Si el primer decimal es 4 o inferior se redondea a la baja y si es 5 o superior al



alza. Esta regla tiene dos excepciones: la franja entre 4 y 5 puntos redondeará siempre a 4 y las notas inferiores a 1 punto se redondearán a 1.

La realización de trampas en las pruebas objetivas originará un suspenso directo en la evaluación del módulo en dicho trimestre o prueba de evaluación final de que se trate.

***Plazos a seguir para la presentación y tramitación de las reclamaciones.***

Recogido en acuerdo de departamento de fecha 22/09/2026 e incluido en la programación del departamento de comercio y marketing.

**g) EL NÚMERO MÁXIMO DE FALTAS DE ASISTENCIA NO JUSTIFICADAS O LAS ACTIVIDADES NO REALIZADAS QUE DETERMINARÁN LA IMPOSIBILIDAD DE APLICAR LA EVALUACIÓN CONTINUA Y EL PROCEDIMIENTO A SEGUIR PARA LA EVALUACIÓN DEL ALUMNADO EN ESTOS CASOS.**

Según el artículo 2, apartado 6 de ORDEN EDU/1575/2024, de 23 de diciembre, por la que se regula el proceso de evaluación del alumnado que curse enseñanzas de grados D y E del sistema de formación profesional en la Comunidad de Castilla y León, en las enseñanzas presenciales la evaluación continua del proceso formativo requiere la asistencia regular a las actividades lectivas programadas en los distintos módulos en los que se encuentre matriculado el alumnado. El número de faltas de asistencia que determina la imposibilidad de realizar la evaluación continua vendrá determinado en las correspondientes programaciones didácticas en las que se establecerá para ese caso el procedimiento de evaluación.

Según artículo 12 apartado 4. a) 6.º del DECRETO 24/2024, de 21 de noviembre, por el que se establece el currículo de los ciclos formativos de grado superior, correspondiente a la oferta de grado D y nivel 3 del Sistema de Formación Profesional, conducentes a la obtención del título de Técnico Superior, en la Comunidad de Castilla y León, las programaciones recogerán el número máximo de faltas de asistencia no justificadas o las actividades no realizadas que determinarán la imposibilidad de aplicar la evaluación continua y el procedimiento a seguir para la evaluación del alumnado en esos casos.

Se acuerda aprobar un máximo de un 10% de faltas sobre el total de horas de docencia directa en el aula según horario escolar vigente y horario semanal del módulo correspondiente pierde el derecho a la evaluación continua. Esta situación implica que el profesor no tiene elementos de juicio suficientes para valorar los contenidos del módulo en su conjunto, es decir no hay una continuidad en la evaluación.



El alumno que falte al 10%, que son 17 sesiones (10% de 165= 16,5) de sesiones corresponden a las horas de docencia en aula según horario escolar vigente y horario semanal del módulo pierde el derecho a la evaluación continua. Esta situación implica que el profesor no tiene elementos de juicio suficientes para valorar los contenidos del módulo en su conjunto, es decir no hay una continuidad en la evaluación.

La no realización de las tareas correspondientes al 10% de los RAs supondrá la pérdida del derecho a la evaluación continua.

La pérdida de evaluación continua no supone la prohibición de asistir a clase, realizar actividades y tareas o presentarse a los exámenes parciales o de evaluación. El profesor, de hecho, recomienda asistir a clase y seguir en todo lo posible el ritmo normal del grupo (trabajos, actividades, exámenes) pues todo ello ayudará a ir preparando la materia”.

#### **h) LOS MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS Y REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

Se recomienda el texto de Mc Graw Hill “Dinamización del punto de venta” de Aurea Campo Varela, Ana María Hervás Exojo y María Teresa Revilla Rivas.

Otros recursos didácticos:

- Ordenadores
- Internet. Manejo de diferentes páginas web.
- Programas informáticos.
- Bibliografía de aula: según el tema a tratar se recomendará el manejo de textos concretos.
- Dispositivo de proyección sobre pantalla.
- Presentaciones, etc.

#### **i) ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES.**

Recogidas en acuerdo de departamento de fecha 22/09/2026 e incluido en la programación del departamento de comercio y marketing. Además de las actividades programadas conjuntamente por el departamento se realizarán en el marco de la actividad docente del módulo las siguientes: █



| <b><i>Actividades complementarias y extraescolares</i></b> | <b><i>Breve descripción de la actividad</i></b>                                                                                                                                        | <b><i>Temporalización</i></b>           |
|------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|
| PROYECTO AULA-EMPRESA                                      | Se propone un proyecto conjunto con el GM de actividades comerciales que incluye el diseño y ejecución de un proyecto de visual merchandising para una empresa local.                  | Durante el 2º trimestre                 |
| CHARLAS, PONENCIAS, CURSOS o similar                       | Se realizarán charlas, ponencias, cursos o similares presenciales u online en el aula en horario de clase siempre que sean coherentes al módulo y refuercen el aprendizaje del alumno. | Momentos puntuales a lo largo del curso |

**j) MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD.**

Nos remitimos al registro de actuaciones generales de intervención educativa facilitado por el departamento de orientación y acordado por el equipo docente del grupo.

**k) PLANIFICACIÓN DE ACTIVIDADES DE RECUPERACIÓN DEL MÓDULO PROFESIONAL PENDIENTE DE SUPERACIÓN (modelo plan recuperación).**

No hay alumnos de cursos anteriores con la materia pendiente.

Las actividades de recuperación están planificadas para ser realizadas entre la sesión de evaluación previa a la realización de la Fase de Formación en Empresa y la sesión de evaluación final.

Durante este período el alumnado que no haya alcanzado el mínimo en el conjunto de Resultados de Aprendizaje trabajará aquellas partes o concreciones de las competencias no superadas (criterios de evaluación no superados), con el objetivo de que pueda adquirirlas de cara a la evaluación final del módulo profesional. Para ello se propondrá al alumnado implicado un plan de actividades de refuerzo y se realizarán pruebas escritas de recuperación.



Resultados de aprendizaje y Criterios de Evaluación según Real Decreto .....

| <i><b>Resultados de Aprendizaje</b></i>                                                                                          | <i><b>Criterios de Evaluación</b></i>                                                                                                  | <i><b>Contenidos</b></i>     | <i><b>Peso (%)</b></i> | <i><b>Instrumento de evaluación</b></i> | <i><b>Agente evaluador</b></i> |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|------------------------|-----------------------------------------|--------------------------------|
| <b>RA1. Organiza la superficie comercial, aplicando técnicas de optimización de espacios y criterios de seguridad e higiene.</b> | a) Se han identificado los trámites oportunos para la obtención de licencias y autorizaciones de elementos externos en la vía pública. | UT 1<br>UT 2<br>UT 7<br>UT 9 | 2%                     | <i>Proyecto</i>                         | <i>Heteroevaluación</i>        |
|                                                                                                                                  | b) Se han dispuesto los elementos de la tienda, mobiliario y exposición, según las necesidades de la superficie de venta.              | UT 1<br>UT 2<br>UT 7<br>UT 9 | 2%                     | <i>Prueba práctica</i>                  | <i>Coevaluación</i>            |
|                                                                                                                                  | c) Se han determinado las principales técnicas de merchandising que se utilizan en la distribución de una superficie de venta.         | UT 1<br>UT 2<br>UT 7<br>UT 9 | 3%                     | <i>Prueba escrita</i>                   | <i>Heteroevaluación</i>        |
|                                                                                                                                  | d) Se han definido las características de una zona fría y de una zona caliente en un establecimiento comercial.                        | UT 1<br>UT 2<br>UT 7<br>UT 9 | 2%                     | <i>Prueba escrita</i>                   | <i>Heteroevaluación</i>        |



|  |                                                                                                                                                                                                            |                              |    |                       |                         |
|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|----|-----------------------|-------------------------|
|  | e) Se han determinado métodos para reducir barreras psicológicas y físicas de acceso al establecimiento comercial.                                                                                         | UT 1<br>UT 2<br>UT 7<br>UT 9 | 3% | <i>Proyecto</i>       | <i>Heteroevaluación</i> |
|  | f) Se han descrito las medidas que se aplican en los establecimientos comerciales para conseguir que la circulación de la clientela sea fluida y pueda permanecer el máximo tiempo posible en el interior. | UT 1<br>UT 2<br>UT 7<br>UT 9 | 3% | <i>Prueba escrita</i> | <i>Heteroevaluación</i> |
|  | g) Se han descrito los criterios que se utilizan en la distribución lineal del suelo por familia de productos, explicando ventajas e inconvenientes.                                                       | UT 1<br>UT 2<br>UT 7<br>UT 9 | 2% | <i>Prueba escrita</i> | <i>Heteroevaluación</i> |
|  | h) Se ha identificado la normativa de seguridad e higiene vigente referida a la distribución en planta de una superficie comercial.                                                                        | UT 1<br>UT 2<br>UT 7<br>UT 9 | 2% | <i>Prueba escrita</i> | <i>Heteroevaluación</i> |



|                                                                                                                                                          |                                                                                                                            |              |    |                        |                         |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|----|------------------------|-------------------------|
| <b>RA2. Coloca, expone y repone los productos en la zona de venta, atendiendo a criterios comerciales, condiciones de seguridad y normativa vigente.</b> | a) Se han delimitado las dimensiones del surtido de productos.                                                             | UT 8<br>UT 9 | 2% | <i>Proyecto</i>        | <i>Heteroevaluación</i> |
|                                                                                                                                                          | b) Se ha establecido el número de referencias según características de los productos, espacio disponible y tipo de lineal. | UT 8<br>UT 9 | 2% | <i>Proyecto</i>        | <i>Heteroevaluación</i> |
|                                                                                                                                                          | c) Se han realizado simulaciones de rotación de los productos en los lineales de un establecimiento comercial.             | UT 8<br>UT 9 | 2% | <i>Prueba práctica</i> | <i>Coevaluación</i>     |
|                                                                                                                                                          | d) Se han analizado los efectos que producen en el consumidor los diferentes modos de ubicación de productos en lineales.  | UT 8<br>UT 9 | 3% | <i>Prueba escrita</i>  | <i>Heteroevaluación</i> |
|                                                                                                                                                          | e) Se han clasificado los productos en familias, observando la normativa vigente.                                          | UT 8<br>UT 9 | 3% | <i>Prueba escrita</i>  | <i>Heteroevaluación</i> |
|                                                                                                                                                          | f) Se han identificado los parámetros físicos y comerciales que determinan la colocación de los productos en los           | UT 8<br>UT 9 | 2% | <i>Prueba escrita</i>  | <i>Heteroevaluación</i> |



|                                                                                                                                                     |                                                                                                                                             |              |    |                        |                         |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|----|------------------------|-------------------------|
|                                                                                                                                                     | distintos niveles, zonas del lineal y posición.                                                                                             |              |    |                        |                         |
|                                                                                                                                                     | g) Se han interpretado planogramas de implantación y reposición de productos en el lineal.                                                  | UT 8<br>UT 9 | 2% | <i>Prueba práctica</i> | <i>Autoevaluación</i>   |
|                                                                                                                                                     | h) Se ha realizado la distribución y colocación de los productos en el lineal, aplicando técnicas de merchandising.                         | UT 8<br>UT 9 | 3% | <i>Prueba escrita</i>  | <i>Heteroevaluación</i> |
| <b>RA3. Realiza trabajos de decoración, señalética, rotulación y cartelería, aplicando técnicas de publicidad y animación en el punto de venta.</b> | a) Se ha animado y decorado el establecimiento según la planificación anual, dinamizándolo según la política comercial del establecimiento. | UT 11        | 3% | <i>Prueba práctica</i> | <i>Coevaluación</i>     |
|                                                                                                                                                     | b) Se ha realizado papelería según el libro de estilo corporativo de un establecimiento.                                                    | UT 11        | 2% | <i>Proyecto</i>        | <i>Heteroevaluación</i> |
|                                                                                                                                                     | c) Se han asociado diferentes tipografías con los efectos que producen en el consumidor.                                                    | UT 11        | 2% | <i>Proyecto</i>        | <i>Heteroevaluación</i> |



|                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                  |                      |    |                        |                         |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|----|------------------------|-------------------------|
|                                                                                                                                                                            | d) Se han elaborado formas de cartelería acordes a cada posicionamiento y señalética.                                                                                                            | UT 11                | 2% | <i>Proyecto</i>        | <i>Heteroevaluación</i> |
|                                                                                                                                                                            | e) Se han creado mensajes que se quieren transmitir al cliente, mediante las técnicas de rotulación, combinando diferentes materiales que consigan la armonización entre forma, textura y color. | UT 11                | 3% | <i>Prueba escrita</i>  | <i>Heteroevaluación</i> |
|                                                                                                                                                                            | f) Se han utilizado programas informáticos de edición, realizando carteles para el establecimiento.                                                                                              | UT 11                | 3% | <i>Prueba práctica</i> | <i>Coevaluación</i>     |
|                                                                                                                                                                            | g) Se han montado los elementos decorativos en condiciones de seguridad y prevención de riesgos laborales.                                                                                       | UT 11                | 2% | <i>Prueba práctica</i> | <i>Coevaluación</i>     |
| <b>RA4. Realiza los escaparates adecuados a las características esenciales de los establecimientos y cuida los elementos exteriores, aplicando técnicas profesionales.</b> | a) Se ha analizado un estudio en el que se analiza el diseño y montaje de escaparates en diferentes tipos de                                                                                     | UT 4<br>UT 5<br>UT 6 | 3% | <i>Prueba escrita</i>  | <i>Heteroevaluación</i> |



|  |                                                                                                                                |                      |    |                        |                         |
|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|----|------------------------|-------------------------|
|  | establecimientos comerciales.                                                                                                  |                      |    |                        |                         |
|  | b) Se han explicado los efectos psicológicos que producen en el consumidor las distintas técnicas utilizadas en escaparatismo. | UT 4<br>UT 5<br>UT 6 | 3% | <i>Proyecto</i>        | <i>Heteroevaluación</i> |
|  | c) Se han argumentado las funciones y objetivos que puede tener un escaparate.                                                 | UT 4<br>UT 5<br>UT 6 | 2% | <i>Prueba práctica</i> | <i>Coevaluación</i>     |
|  | d) Se han definido los criterios de valoración del impacto que puede producir un escaparate en el volumen de ventas.           | UT 4<br>UT 5<br>UT 6 | 2% | <i>Prueba escrita</i>  | <i>Heteroevaluación</i> |
|  | e) Se han especificado los criterios de selección de los materiales que se van a utilizar y el presupuesto disponible.         | UT 4<br>UT 5<br>UT 6 | 2% | <i>Prueba escrita</i>  | <i>Heteroevaluación</i> |
|  | f) Se han definido los criterios de composición y montaje de los escaparates, atendiendo a criterios comerciales.              | UT 4<br>UT 5<br>UT 6 | 2% | <i>Prueba escrita</i>  | <i>Heteroevaluación</i> |



|                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                              |                      |    |                        |                         |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|----|------------------------|-------------------------|
|                                                                                                                                                                                                          | g) Se han diseñado escaparates, aplicando los métodos adecuados y las técnicas precisas, según un boceto.                    | UT 4<br>UT 5<br>UT 6 | 3% | <i>Prueba práctica</i> | <i>Coevaluación</i>     |
|                                                                                                                                                                                                          | h) Se han montado escaparates con diferentes objetivos comerciales.                                                          | UT 4<br>UT 5<br>UT 6 | 2% | <i>Proyecto</i>        | <i>Heteroevaluación</i> |
| <b>RA5. Determina acciones promocionales para rentabilizar los espacios de establecimientos comerciales, aplicando técnicas para incentivar la venta y para la captación y fidelización de clientes.</b> | a) Se han descrito los distintos medios promocionales que habitualmente se utilizan en un pequeño establecimiento comercial. | UT 3<br>UT 10        | 3% | <i>Prueba escrita</i>  | <i>Heteroevaluación</i> |
|                                                                                                                                                                                                          | b) Se han enumerado las principales técnicas psicológicas que se aplican en una acción promocional.                          | UT 3<br>UT 10        | 2% | <i>Prueba escrita</i>  | <i>Heteroevaluación</i> |
|                                                                                                                                                                                                          | c) Se han considerado las situaciones susceptibles de introducir una acción promocional.                                     | UT 3<br>UT 10        | 3% | <i>Prueba práctica</i> | <i>Coevaluación</i>     |
|                                                                                                                                                                                                          | d) Se han programado, según las necesidades comerciales y el presupuesto, las acciones más adecuadas.                        | UT 3<br>UT 10        | 2% | <i>Proyecto</i>        | <i>Heteroevaluación</i> |



|                                                                                                         |                                                                                                                   |               |    |                        |                         |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|----|------------------------|-------------------------|
|                                                                                                         | e) Se ha seleccionado la acción promocional más adecuada para los diferentes objetivos comerciales.               | UT 3<br>UT 10 | 3% | <i>Proyecto</i>        | <i>Heteroevaluación</i> |
| <b>RA6. Aplica métodos de control de acciones de merchandising, evaluando los resultados obtenidos.</b> | a) Se ha establecido el procedimiento de obtención del valor de las ratios de control.                            | UT 12         | 2% | <i>Prueba escrita</i>  | <i>Heteroevaluación</i> |
|                                                                                                         | b) Se han descrito los instrumentos de medida que se utilizan para valorar la eficacia de una acción promocional. | UT 12         | 3% | <i>Prueba escrita</i>  | <i>Heteroevaluación</i> |
|                                                                                                         | c) Se han calculado las ratios que se utilizan para el control de las acciones de merchandising.                  | UT 12         | 3% | <i>Prueba práctica</i> | <i>Coevaluación</i>     |
|                                                                                                         | d) Se ha evaluado la eficacia de la acción promocional, utilizando las principales ratios que la cuantifican.     | UT 12         | 2% | <i>Prueba escrita</i>  | <i>Heteroevaluación</i> |
|                                                                                                         | e) Se han realizado informes, interpretando y argumentando los resultados obtenidos                               | UT 12         | 3% | <i>Proyecto</i>        | <i>Heteroevaluación</i> |



## **ANEXO I.**

### **CONTENIDOS del MÓDULO PROFESIONAL**

(Con carácter orientativo, en Real Decreto .....)

#### **Contenidos básicos:**

Organización de la superficie comercial:

- Normativa y trámites administrativos en la apertura e implantación.
- Recursos humanos y materiales en el punto de venta.
- Técnicas de merchandising.
- Distribución de los pasillos.
- Implantación de las secciones.
- Comportamiento del cliente en el punto de venta.
- Determinantes del comportamiento del consumidor.
- Condicionantes externos del comportamiento del consumidor.
- Zonas calientes y zonas frías.
- Normativa aplicable al diseño de espacios comerciales.

Colocación, exposición y reposición de los productos en la zona de venta:

- Estructura del surtido.
- Caracterización del surtido.
- Objetivos, criterios de clasificación y tipos de surtido.
- Métodos de determinación del surtido.
- La amplitud del surtido.
- La anchura del surtido.
- La profundidad del surtido.
- Elección de referencias.
- Umbral de supresión de referencias.
- Disposición del mobiliario.
- Clasificación de productos por familias, gamas, categorías, posicionamiento, acondicionamiento y codificación.
- Definición y funciones del lineal.
- Zonas y niveles del lineal.
- Sistemas de reparto del lineal.
- Sistemas de reposición del lineal.
- Tipos de exposiciones del lineal.
- Lineal óptimo.
- Lineal mínimo.
- Características técnicas, comerciales y psicológicas de los productos.
- Tiempos de exposición.
- Los facings. Reglas de implantación. – Normativa vigente.



## Realización de publicidad en el lugar de venta:

- La publicidad en el lugar de venta (PLV).
- Formas publicitarias específicas de la publicidad en el lugar de venta (PLV).
- Cartelería en el punto de venta.
- Tipos de elementos de publicidad: stoppers, pancartas, displays y carteles, entre otros.
- Normativa de seguridad y prevención de riesgos laborales.

## Realización de escaparates y cuidado de elementos exteriores:

- Elementos exteriores.
- Normativa y trámites administrativos en la implantación externa.
- El escaparate: clases de escaparates.
- Presupuesto de implantación de escaparate.
- Cronograma.
- Criterios económicos y comerciales en la implantación.
- Incidencias en la implantación. Medidas correctoras.
- El escaparate y la comunicación.
- La percepción y la memoria selectiva.
- La imagen.
- La asimetría y la simetría.
- Las formas geométricas.
- Eficacia del escaparate: ratios de control.
- El color en la definición del escaparate: psicología y fisiología del color.
- Iluminación en escaparatismo.
- Elementos para la animación del escaparate: módulos, carteles, señalización y otros.
- Aspectos esenciales del escaparate.
- Principios de utilización y reutilización de materiales de campañas de escaparates.
- Bocetos de escaparates.
- Programas informáticos de diseño y distribución de espacios.
- Planificación de actividades.
- Materiales y medios.
- Normativa de seguridad en el montaje de un escaparate y elementos exteriores.

## Determinación de acciones promocionales:

- El proceso de comunicación comercial. Elementos básicos.
- El mix de comunicación: tipos y formas.
- Políticas de comunicación.
- Promociones de fabricante.
- Promociones de distribuidor.
- Promociones dirigidas al consumidor.
- Productos gancho y productos estrella.
- La publicidad en el lugar de venta.



# Junta de Castilla y León

Consejería de Educación

- La promoción de ventas.
- Relaciones públicas.
- Elaboración de informes sobre política de comunicación utilizando aplicaciones informáticas.
- Ejecución de las campañas.
- Efectos psicológicos y sociológicos de las promociones en el consumidor.
- Normativa de seguridad e higiene en la realización de promociones de ventas.

Aplicación de métodos de control de acciones de merchandising:

- Adecuación promocional al establecimiento y a la planificación anual, mensual o semanal.
- Criterios de control de las acciones promocionales.
- Índices y ratios económico financieros: margen bruto, tasa de marca, stock medio, rotación del stock y rentabilidad bruta, entre otros.
- Análisis de resultados.
- Ratios de control de eficacia de acciones promocionales. – Aplicación de medidas correctoras.

## **Contenidos según el currículo de Castilla y León:**

### 1. Organización de la superficie comercial:

- Normativa y trámites administrativos en la apertura e implantación: licencias, autorizaciones y permisos.
- Recursos humanos y materiales en el punto de venta.
- Técnicas de merchandising: objetivos, elementos, funciones y presupuesto.
- Distribución de los pasillos.
- Implantación de las secciones.
- Comportamiento del cliente en el punto de venta: el proceso de decisión de compra, elección del establecimiento, elección de la marca.
- Determinantes del comportamiento del consumidor: factores internos y factores externos.
- Condicionantes externas del comportamiento del consumidor.
- Zonas calientes y zonas frías. Métodos físicos y psicológicos para calentar los puntos fríos.
- Normativa aplicable al diseño de espacios comerciales: comercial y de seguridad e higiene.

### 2. Colocación, exposición y reposición de los productos en la zona de venta:

- Estructura del surtido.
- Caracterización del surtido.
- Objetivos, criterios de clasificación y tipos de surtido.
- Métodos de determinación del surtido: la amplitud del surtido, la anchura del surtido, la profundidad del surtido, la coherencia del surtido, la homogeneidad del surtido.
- Elección de referencias: criterios cuantitativos y criterios cualitativos.
- Umbral de supresión de referencias.
- Programas informáticos de gestión del surtido.
- Disposición del mobiliario: colocación recta, en parrilla, en espiga, angular, libre, abierta y cerrada.
- Clasificación de productos por familias, gamas, categorías, posicionamiento, acondicionamiento y codificación.
- Sistemas de codificación y código de barras.
- Definición y funciones del lineal.
- Zonas y niveles del lineal.
- Sistemas de reparto del lineal.
- Sistemas de reposición del lineal.
- Tipos de exposiciones del lineal.
- Implantación vertical y horizontal de productos.
- Lineal óptimo.
- Lineal mínimo.
- Características técnicas, comerciales y psicológicas de los productos.
- Tiempos de exposición.
- Criterios comerciales y de organización.
- Gestión de categorías de productos.
- Los facings. Reglas de implantación.

- Organización del trabajo de implantación.
- Normativa aplicable a la implantación de productos.
- Aplicaciones informáticas de optimización de lineales.
- Normativa vigente: comercial y de seguridad e higiene.

### 3. Realización de publicidad en el lugar de venta:

- La disposición del punto de venta: situación de las secciones, la circulación de los clientes, y el tiempo de permanencia en el establecimiento.
- La publicidad en el lugar de venta (PLV).
- Formas publicitarias específicas de la publicidad en el lugar de venta (PLV).
- Cartelería y folletos en el punto de venta.
- Tipos de elementos de publicidad: stoppers, pancartas, displays y carteles, entre otros.
- Técnicas de rotulación.
- Programas informáticos de rotulación, diseño de carteles y folletos.
- Colocación de carteles y distribución de folletos.
- Mensajes promocionales.
- Normativa de seguridad y prevención de riesgos laborales.

### 4. Realización de escaparates y cuidado de elementos exteriores:

- Elementos exteriores: la fachada, la vía pública como elemento publicitario, la puerta y los sistemas de acceso.
- El rótulo exterior. Tipos. Iluminación exterior.
- Toldos y marquesinas.

### Normativa y trámites administrativos en la implantación externa.

- El escaparate: clases de escaparates.
- Presupuesto de implantación del escaparate: costes de diseño, montaje, mantenimiento, desmontaje y almacenamiento.
- Cronograma.



- Criterios económicos y comerciales en la implantación.
  - Incidencias en la implantación. Medidas correctoras.
  - El escaparate y la comunicación.
  - La percepción y la memoria selectiva: el orden de los objetos y la composición del espacio.
  - La imagen: figura y fondo, contraste y afinidad, forma y materia.
  - La asimetría y la simetría: el punto, la línea, la línea discontinua y el zigzag.
  - Las ondas, la curva, los arcos concéntricos. La línea: vertical y horizontal y oblicua ascendente y descendente. El ángulo y las paralelas.
  - Las formas geométricas: círculo, óvalo, triángulo, triángulo romo, rombo, cuadrado, rectángulo y otras formas.
  - Eficacia del escaparate: ratios de control. Ratios de atracción, ratios de acceso y ratios de eficacia.
  - El color en la definición del escaparate: psicología y fisiología del color.
  - Iluminación en escaparatismo.
  - Elementos para la animación del escaparate: módulos, carteles, señalización y otros.
  - Aspectos esenciales del escaparate: colocación, limpieza, rotación, precios, promociones y ambientación.
  - Principios de utilización y reutilización de materiales de campañas de escaparates.
  - Bocetos de escaparates.
  - Programas informáticos de diseño y distribución de espacios.
  - Planificación de actividades.
  - Materiales y medios.
  - Normativa de seguridad en el montaje de un escaparate y elementos exteriores.
5. Determinación de acciones promocionales:
- El proceso de comunicación comercial. Elementos básicos.
  - El mix de comunicación: tipos y formas.
  - Políticas de comunicación.

- Promociones de fabricante: estrategia de presión y estrategia de aspiración.
  - Promociones de distribuidor.
  - Promociones dirigidas al consumidor: promociones con precio y promociones sin precio.
  - Productos gancho y productos estrella.
  - La publicidad en el lugar de venta.
  - La promoción de ventas: objetivos, presupuesto y herramientas promocionales. Selección de acciones promocionales para el lanzamiento de nuevos productos o la entrada en nuevos mercados.
  - Relaciones públicas: objetivos, presupuesto y técnicas de las relaciones públicas.
  - Selección de las acciones para reforzar la imagen corporativa y de marca.
  - Elaboración de informes sobre política de comunicación utilizando aplicaciones informáticas.
  - Ejecución de las campañas.
  - Efectos psicológicos y sociológicos de las promociones en el consumidor.
  - Normativa de seguridad e higiene en la realización de promociones de ventas.
6. Aplicación de métodos de control de acciones de merchandising:
- Adecuación promocional al establecimiento y a la planificación anual, mensual o semanal.
  - Criterios de control de las acciones promocionales.
  - Índices y ratios económico-financieros: margen bruto, tasa de marca, stock medio, rotación del stock y rentabilidad bruta, entre otros.
  - Análisis de resultados: rentabilidad del surtido, rentabilidad del lineal, rentabilidad de la gestión financiera, rentabilidad global.
  - Ratios de control de eficacia de acciones promocionales.
  - Aplicación de medidas correctoras.



## **CONTENIDOS POR UNIDAD DE TRABAJO**

### **UT 1 LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL**

La distribución comercial

Formas de distribución comercial

La distribución del futuro

Ubicación del establecimiento comercial.

Modelos de gravitación comercial

Trámites para la apertura del establecimiento comercial

### **UT 2 EL CLIENTE**

El cliente

Condicionantes externos e internos del cliente

El proceso de decisión de compra

Comportamiento del cliente en el punto de venta

Fidelizar al cliente

### **UT 3 LA COMUNICACIÓN Y EL MERCHANDISING**

La información y la comunicación en la empresa

La comunicación comercial

El marketing mix

Mix de la comunicación

El informe o plan de comunicación

### **UT 4 ELEMENTOS EXTERIORES DEL PUNTO DE VENTA. EL ESCAPARATE**

Elementos exteriores. La fachada

Planificación del escaparate

Percepción y memoria selectiva

### **UT 5 TÉCNICAS DE ESCAPARATISMO**

El proceso de diseño. Introducción

### **UT 6 EL MONTAJE DEL ESCAPARATE**

El proceso de montaje. Planificación

Herramientas, materiales y técnicas



Accesorios del escaparate

### **UT 7 ORGANIZACIÓN DE LA SUPERFICIE COMERCIAL**

Implantación del punto de venta

Circulación

Mobiliario

Iluminación

Visual merchandising

### **UT 8 EL SURTIDO**

Concepto de surtido

La estructura del surtido

Clasificación de los tipos de surtidos

Dimensiones del surtido

Cualidades del surtido

Selección de las referencias

Supresión de las referencias

Determinación del surtido

Codificación del surtido

### **UT 9 EL LINEAL**

El lineal

Zonas y niveles del lineal

Implantación de los productos en el lineal

Disposición de los productos en el lineal

Utilización de programas y soluciones integradas

en la nube para la gestión de espacios

El lineal virtual

### **UT 10 PROMOCIONES DE VENTAS**

La promoción

Legislación

Clasificación de las promociones



**Junta de  
Castilla y León**

Consejería de Educación

Adaptación de las promociones en e-commerce

Rentabilidad de las promociones

#### **UT 11 PUBLICIDAD EN EL LUGAR DE VENTA**

El equipo de ventas. Concepto

Carteles

Packaging

#### **UT 12 ANÁLISIS DE LAS ACCIONES DE MERCHANDISING**

Las acciones de merchandising

Acciones relativas al producto

Direct product profitability. Beneficio directo del producto

Acciones relativas al punto de venta

Aplicaciones informáticas

# PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA DEL MÓDULO

## SERVICIOS DE ATENCIÓN COMERCIAL



**Junta de  
Castilla y León**  
Consejería de Educación

- a) **INTRODUCCIÓN: CONCEPTUALIZACIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL MÓDULO.**
- b) **COMPETENCIAS PROFESIONALES ASOCIADAS, LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y CONTENIDOS.**
- c) **RESULTADOS DE APRENDIZAJE QUE PUEDEN SER DESARROLLADOS EN LA EMPRESA U ORGANISMO EQUIPARADO.**
- d) **SECUENCIACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN DE LAS UNIDADES DE TRABAJO.**
- e) **LA METODOLOGÍA DIDÁCTICA QUE SE VA A APLICAR.**
- f) **LOS PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE DEL ALUMNADO, RECOGIENDO LAS ACTUACIONES QUE SE LLEVARÁN A CABO PARA EVALUAR Y CALIFICAR LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJES, INCLUIDOS LOS QUE SE DESARROLLEN EN LA EMPRESA U ORGANISMO EQUIPARADO, Y LOS CRITERIOS DE CALIFICACIÓN DE LOS MÓDULOS Y EL PROCEDIMIENTO Y PLAZOS A SEGUIR PARA LA PRESENTACIÓN Y TRAMITACIÓN DE LAS RECLAMACIONES.**
- g) **EL NÚMERO MÁXIMO DE FALTAS DE ASISTENCIA NO JUSTIFICADAS O LAS ACTIVIDADES NO REALIZADAS QUE DETERMINARÁN LA IMPOSIBILIDAD DE APLICAR LA EVALUACIÓN CONTINUA Y EL PROCEDIMIENTO A SEGUIR PARA LA EVALUACIÓN DEL ALUMNADO EN ESTOS CASOS.**
- h) **LOS MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS Y REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.**
- i) **ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES.**
- j) **MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD.**
- k) **PLANIFICACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE RECUPERACIÓN DE LOS MÓDULOS PENDIENTES DE SUPERACIÓN (No en Cursos de Especialización).**



**PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA DEL MÓDULO PROFESIONAL SERVICIO DE ATENCIÓN**

**COMERCIAL**

**Código 1234**

**a) INTRODUCCIÓN: CONCEPTUALIZACIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL MÓDULO.**

Identificación del Ciclo formativo al que pertenece el módulo profesional **Técnico en actividades comerciales.**

Familia profesional a la que pertenece **Comercio y Marketing.**

Nivel del Ciclo Formativo **Grado Medio**

Duración del Ciclo Formativo **2000 horas.**

Duración del módulo profesional **132 horas.**

**b) COMPETENCIAS PROFESIONALES ASOCIADAS, LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y CONTENIDOS. (en articulado y Anexos de Reales Decretos que regulan el título)**

Según el artículo 5, del Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico en Actividades Comerciales y se fijan sus enseñanzas mínimas, las competencias profesionales asociadas a este módulo son:

j) Ejecutar los planes de atención al cliente, gestionando un sistema de información para mantener el servicio de calidad que garantice el nivel de satisfacción de los clientes, consumidores o usuarios.

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

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

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

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

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

Según el artículo 9 de este mismo Real Decreto los objetivos generales de este módulo son:

ñ) Seleccionar acciones de información al cliente, asesorándolo con diligencia y cortesía y gestionando en su caso las quejas y reclamaciones presentadas, para ejecutar los planes de atención al cliente.

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

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



- t) Aplicar técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a su finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia del proceso.
- u) Analizar los riesgos ambientales y laborales asociados a la actividad profesional, relacionándolos con las causas que los producen, a fin de fundamentar las medidas preventivas que se van adoptar, y aplicar los protocolos correspondientes para evitar daños en uno mismo, en las demás personas, en el entorno y en el medio ambiente.
- v) Analizar y aplicar las técnicas necesarias para dar respuesta a la accesibilidad universal y al “diseño para todos”.
- w) Aplicar y analizar las técnicas necesarias para mejorar los procedimientos de calidad del trabajo en el proceso de aprendizaje y del sector productivo de referencia.

De acuerdo al anexo I, de este Real Decreto los RA y Criterios de Evaluación son los siguientes:



| Resultado de aprendizaje                                                                                                                    | Criterios de evaluación                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| RA 1. Desarrolla actividades de atención/información al cliente, procurando transmitir la imagen más adecuada de la empresa u organización. | <p>a) Se han identificado las funciones del departamento de atención al cliente de distintos tipos de empresas y organizaciones.</p> <p>b) Se han identificado diferentes tipos de organización del departamento de atención al cliente según características de la empresa u organización.</p> <p>c) Se han definido las relaciones del departamento de atención al cliente con el de marketing, el de ventas y otros departamentos de la empresa.</p> <p>d) Se han confeccionado organigramas de empresas comerciales, teniendo en cuenta su tamaño, estructura y actividad.</p> <p>e) Se han diferenciado las áreas de actividad y acciones del servicio de atención al cliente, teniendo en cuenta la legislación vigente.</p> <p>f) Se han identificado las funciones de los contact centers y los servicios que prestan a las empresas u organizaciones</p>                                                                                                        |
| RA 2. Utiliza técnicas de comunicación en situaciones de atención al cliente/consumidor/usuario, proporcionando la información solicitada   | <p>a) Se ha descrito el proceso de comunicación, los elementos que intervienen y las barreras y dificultades que pueden surgir en el mismo.</p> <p>b) Se han identificado los canales de comunicación, interna y externa, de las empresas y organizaciones.</p> <p>c) Se han descrito las fases del proceso de información al cliente y las técnicas utilizadas en los diferentes canales de comunicación.</p> <p>d) Se ha solicitado la información requerida por el cliente al departamento u organismo competente, a través de distintos canales de comunicación.</p> <p>e) Se ha facilitado información a supuestos clientes, utilizando la escucha activa y prestando especial atención a la comunicación no verbal.</p> <p>f) Se han mantenido conversaciones telefónicas para informar a supuestos clientes, utilizando actitudes, normas de protocolo y técnicas adecuadas.</p> <p>g) Se han redactado escritos de respuesta a solicitudes de información en</p> |



|                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                             | <p>situaciones de atención al cliente, aplicando las técnicas adecuadas.</p> <p>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.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <p>RA 3. Organiza la información relativa a la relación con los clientes, aplicando técnicas de organización y archivo tanto manuales como informáticas</p> | <p>a) Se han descrito las técnicas de organización y archivo de la información, tanto manuales como informáticas.</p> <p>b) Se han descrito las técnicas más habituales de catalogación y archivo de documentación, analizando sus ventajas e inconvenientes.</p> <p>c) Se han clasificado distintos tipos de documentación en materia de atención al cliente/consumidor/usuario.</p> <p>d) Se han elaborado, actualizado y consultado bases de datos con la información relativa a los clientes.</p> <p>e) Se han manejado herramientas de gestión de las relaciones con los clientes (CRM), de acuerdo con las especificaciones recibidas.</p> <p>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.</p> <p>g) Se han aplicado métodos para garantizar la integridad de la información y la protección de datos, de acuerdo con la normativa vigente.</p> |
| <p>R4. Identifica los organismos e instituciones de protección y defensa del consumidor y usuario, analizando las competencias de cada uno de ellos.</p>    | <p>a) Se ha definido el concepto del consumidor y usuario, diferenciando los consumidores finales y los industriales.</p> <p>b) Se ha identificado la normativa nacional, autonómica y local que regula los derechos del consumidor y usuario.</p> <p>c) Se han identificado las instituciones y organismos, públicos y privados, de protección al consumidor y usuario, describiendo sus competencias.</p> <p>d) Se ha interpretado la normativa aplicable a la gestión de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor/usuario en materia de consumo.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |



|                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                        | <p>e) Se han descrito las fuentes de información que facilitan información fiable en materia de consumo</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <p><i>RA 5. Realiza trámites de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor, aplicando técnicas de comunicación y negociación para su resolución.</i></p>                            | <p>a) Se han identificado los tipos de consultas, quejas, reclamaciones y denuncias más habituales en materia de consumo.</p> <p>b) Se ha descrito el procedimiento que hay que seguir, así como las fases, la forma y los plazos del proceso de tramitación de las reclamaciones del cliente.</p> <p>c) Se ha informado al cliente de sus derechos y los posibles mecanismos de solución de la reclamación, de acuerdo con la normativa vigente.</p> <p>d) Se ha cumplimentado la documentación necesaria para cursar la reclamación hacia el departamento u organismo competente.</p> <p>e) Se han aplicado técnicas de comunicación en la atención de las quejas y reclamaciones, utilizando la escucha activa, la empatía y la asertividad.</p> <p>f) Se han utilizado técnicas de negociación y actitudes que faciliten el acuerdo para resolver las reclamaciones del cliente.</p> <p>g) Se han identificado y cumplimentado los documentos relativos a la tramitación de las quejas, reclamaciones y denuncias.</p> <p>h) Se ha informado al reclamante de la situación y del resultado de la queja o reclamación, de forma oral y/o escrita, y/o por medios electrónicos</p> |
| <p><i>RA 6. Colabora en la ejecución del plan de calidad y mejora del servicio de atención al cliente, aplicando técnicas de evaluación y control de la eficacia del servicio.</i></p> | <p>a) Se han identificado los métodos aplicables para evaluar la eficacia del servicio de atención/información al cliente.</p> <p>b) Se ha realizado el seguimiento del proceso de tramitación de las quejas y reclamaciones, evaluando la forma y los plazos de resolución.</p> <p>c) Se han identificado las principales incidencias y retrasos en el servicio de atención al cliente y en la resolución de quejas y reclamaciones.</p> <p>d) Se han descrito las principales medidas aplicables para solucionar las</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |



|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <p>anomalías detectadas y mejorar la calidad del servicio.</p> <p>e) Se han aplicado técnicas para medir el nivel de satisfacción del cliente y la eficacia del servicio prestado.</p> <p>f) Se han redactado informes con los resultados y conclusiones de la evaluación de la calidad, utilizando herramientas informáticas.</p> <p>g) Se han aplicado las acciones establecidas en el plan de mejora de la calidad del servicio, utilizando aplicaciones informáticas.</p> <p>h) Se han desarrollado las acciones establecidas en el plan de fidelización de clientes, utilizando la información disponible en la herramienta de gestión de las relaciones con los clientes (CRM).</p> |
|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Los RA de aprendizaje tienen el peso que se indica en la tabla del final de esta programación y los Criterios de evaluación de cada RA tienen todos los mismos pesos.

**c) RESULTADOS DE APRENDIZAJE QUE PUEDEN SER DESARROLLADOS EN LA EMPRESA U ORGANISMO EQUIPARADO (verificar con ANEXO II del Plan de Formación de FFE según ORDEN EDU/173/2025, de 20 de febrero, por la que se desarrolla la formación en empresa u organismo equiparado, para las ofertas de formación profesional de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad de Castilla y León)**

Las empresas seleccionadas para la realización de la fase de formación en empresa dedicada al comercio, se ha seleccionado el RA1, RA2 y RA5 como los más adecuados para desarrollar en la empresa de una forma parcialmente práctica pensando en la aportación que nuestros alumnos también pueden hacer en sus empresas.

| Resultados de aprendizaje                                                                                                                                                                                                                                    | Unidad de trabajo                                                                                                                   |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>RA 1. Desarrolla actividades de atención/información al cliente, procurando transmitir la imagen más adecuada de la empresa u organización.</p> <p><i>El peso de este RA es de 16,67% de los cuáles el 5% se destina a FFE y el resto a la UD. 1.</i></p> | <p>Ud. 1. La actividad Comercial de la empresa,</p>                                                                                 |
| <p>RA 2. Utiliza técnicas de comunicación en situaciones de atención al cliente/consumidor/usuario, proporcionando la información solicitada</p>                                                                                                             | <p>Ud. 2. Comunicación presencial en la atención al cliente.</p> <p>Ud. 3. Comunicación no presencia en la atención al cliente.</p> |



*El peso de este RA es de 16,67% de los cuáles el 5% se destina a FFE y el resto a la UD. 2 y UD 3 en partes iguales.*

RA 5. Realiza trámites de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor, aplicando técnicas de comunicación y negociación para su resolución.

*El peso de este RA es de 16,67% de los cuáles el 5% se destina a FFE y el resto a la UD. 4.*

Ud. 4. Detección, atención y tramitación de quejas y reclamaciones

**d) SECUENCIACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN DE LAS UNIDADES DE TRABAJO.**

|                          | <i><b>Título</b></i>                                               | <i><b>Fechas y sesiones</b></i> |
|--------------------------|--------------------------------------------------------------------|---------------------------------|
| <b>PRIMER TRIMESTRE</b>  | Ud. 1. La actividad Comercial de la empres                         | 15                              |
|                          | Ud. 2. Comunicación presencial en la atención al cliente           | 15                              |
|                          | Ud. 3. Comunicación no presencia en la atención al cliente         | 14                              |
| <b>SEGUNDO TRIMESTRE</b> | Ud. 4. Detección, atención y tramitación de quejas y reclamaciones | 15                              |
|                          | Ud. 5. Plan de inversiones en el establecimiento comercial         | 15                              |
|                          | Ud. 6. Control de calidad y mejora del servicio                    | 14                              |
| <b>TERCER TRIMESTRE</b>  | FFE                                                                | 44 HORAS                        |

**e) LA METODOLOGÍA DIDÁCTICA QUE SE VA A APLICAR**

***Métodos pedagógicos (estilos, estrategias y técnicas de enseñanza):***

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

- Utilización de técnicas de comunicación en situaciones de información y asesoramiento al cliente y en la gestión de quejas y reclamaciones.
- Aplicación de técnicas de negociación en situaciones de reclamación en materia de consumo.
- Tratamiento, organización y archivo de documentación.
- Elaboración de informes.
- Manejo de bases de datos y herramientas informáticas de gestión de las relaciones con los clientes.
- Análisis de consultas y reclamaciones en materia de consumo para establecer las líneas de actuación de acuerdo con la legislación y procedimientos establecidos.
- Aplicación de métodos de evaluación y control de calidad del servicio de



atención/información al cliente.

– Planteamiento de acciones de fidelización de clientes

La metodología didáctica promoverá en el alumnado una visión global y coordinada de los procesos productivos en los que debe intervenir, mediante la necesaria integración de los contenidos científicos, tecnológicos y organizativos.

El aprendizaje se basa en el **saber hacer**, por lo tanto, el contenido organizador se define en torno a procesos reales de trabajo.

Prácticamente en cada proceso se utilizan simultáneamente distintos métodos (camino a seguir) y técnicas educativas (medios a utilizar). Fundamentalmente, y con carácter general, la metodología a utilizar ha de ser ACTIVA.

El proceso de enseñanza-aprendizaje se basa en la realización de actividades de aprendizaje, tanto individuales como de grupo, que propicien la iniciativa del alumno/a y el autoaprendizaje, desarrollando capacidades de comprensión, análisis, relación, búsqueda y manejo de la información intentando, además, conectar el aula con el mundo real.

Los contenidos de cada módulo se consideran instrumentos para facilitar el logro de los objetivos, es decir, son el medio para que los alumnos construyan y alcancen las capacidades necesarias para adquirir la competencia profesional.

Las actividades de aprendizaje, que se proponen en las distintas unidades que integran los módulos del ciclo, pretenden propiciar el autoaprendizaje del alumno y crear situaciones que en sí mismas requieran ejercer las competencias que se van a desarrollar. Estas actividades se han dividido en actividades de comprobación, de refuerzo y de ampliación.

Al final de cada unidad se propone un caso práctico que engloba todo lo aprendido en ella.

Se propone que las TIC sean un instrumento habitual, tanto por parte del profesorado como por parte del alumnado, de forma que éste adopte actitudes activas respecto de su propio aprendizaje. Las anteriores líneas de actuación se organizan con una metodología ACTIVA, flexible y abierta, basada en el autoaprendizaje, el trabajo autónomo y el aprender haciendo.

El proceso de enseñanza aprendizaje consta de los siguientes momentos:

1 Análisis de conocimientos previos.

2 Desarrollo de la unidad, se realizan las siguientes actividades:

Se introducen los contenidos de la unidad mediante diferentes medios: vídeos, textos, prácticas guiadas, intercalando con actividades de apoyo al aprendizaje como las rutinas de pensamiento, el trabajo cooperativo, o el role-playing. En este proceso se utilizan recursos TIC, el blog de la profesora y redes sociales como Twitter e Instagram.

Se facilita el trabajo autónomo de los estudiantes realizando diversas actividades que forman el portfolio.

Se proponen prácticas en grupos de dos o tres alumnos/as para estimular el aprendizaje compartido. Las agrupaciones son heterogéneas y flexibles.

Se realizan actividades orales como por ejemplo la lectura de noticias y la posterior puesta en común entre los compañeros.

Se elaborarán diferentes proyectos relacionados con los contenidos del módulo.

**Tipos de agrupamientos y organización de tiempos y espacios:**

En cada actividad se especifica el agrupamiento que podrá ser todo el grupo, grupos, parejas o individual.



**f) LOS PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE DEL ALUMNADO, RECOGIENDO LAS ACTUACIONES QUE SE LLEVARÁN A CABO PARA EVALUAR Y CALIFICAR LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJES, INCLUIDOS LOS QUE SE DESARROLLEN EN LA EMPRESA U ORGANISMO EQUIPARADO, Y LOS CRITERIOS DE CALIFICACIÓN DE LOS MÓDULOS Y EL PROCEDIMIENTO Y PLAZOS A SEGUIR PARA LA PRESENTACIÓN Y TRAMITACIÓN DE LAS RECLAMACIONES.**

***Procedimientos de evaluación del aprendizaje del alumnado***

El presente módulo no es dúpul por lo que se evalúa por el profesor docente.

**Evaluación continua**

Para llevar a cabo el proceso de evaluación se combinarán actividades y pruebas tanto teóricas como prácticas. En el Anexo I, para cada unidad de trabajo constan los distintos **instrumentos de evaluación** usados en cada Resultado de Aprendizaje presente en la unidad.

Se considerará que el alumno ha superado el módulo si obtiene una calificación igual o superior a 5 en TODOS los Resultados de Aprendizaje que forman parte del mismo, en cuyo caso, se calculará la calificación siguiendo el porcentaje asignado a cada uno de los resultados de aprendizaje. Todo ello, al objeto de garantizar la verificación de la adquisición de los resultados de aprendizaje de la oferta formativa establecida en el artículo 18 del Real Decreto 659/2023, de 18 de julio. En el caso de que no se obtenga una calificación igual o superior a 5 en cada resultado de aprendizaje, la calificación máxima del módulo profesional será de 4 puntos.

Instrumentos:

- Las pruebas escritas estarán compuestas de preguntas tipo test, preguntas cortas y ejercicios prácticos (50%)
- Se realizarán un portafolio de trabajo cada trimestre. (30%)
- Se realizará varias prueba oral. (20%)

**Evaluaciones parciales (1ª evaluación, 2ª evaluación y 3ª evaluación (con las FFE))**

Se tendrán en cuenta las unidades de trabajo vistas en cada evaluación y el porcentaje de resultados de aprendizaje vistos en ese momento, siguiendo los criterios citados anteriormente (calificación igual o superior a 5 en los resultados de aprendizaje).

**Evaluaciones finales**

- Para la primera evaluación final se tendrán en cuenta todas las unidades de trabajo y resultados de aprendizaje.
- Para la segunda evaluación final se evaluarán los resultados de aprendizaje no superados en la anterior evaluación final y para la superación del módulo profesional se tendrán en cuenta tanto los resultados de aprendizaje superados con anterioridad como el resultado obtenido en los resultados de aprendizaje que estaban pendientes de superación.

**Imposibilidad de aplicar la evaluación continua**

La imposibilidad de aplicar la evaluación continua se aplicará cuando las faltas de asistencia sean no justificadas y supongan más de un 15% de la carga horaria del módulo profesional. Este hecho será comunicado por el profesor según establece el procedimiento reflejado en la programación general del departamento.



### ***Criterios de calificación de los módulos***

El alumno debe demostrar que ha adquirido **todos los resultados de aprendizaje**, no existiendo la posibilidad de compensar unos con otros. Se considera que un resultado de aprendizaje ha sido adquirido cuando obtenga una calificación igual o superior a 5, de conformidad con el artículo 12.2 de la Orden EDU/1575/2024, de 23 de diciembre.

Se llevará a cabo una evaluación por trimestre, con el fin de informar al alumno de su progreso. La nota será proporcional o prorrateada según el porcentaje obtenido en cada resultado de aprendizaje, como se puede ver en los ejemplos y siguiendo los criterios citados anteriormente (calificación igual o superior a 5 en los resultados de aprendizaje)

En la siguiente tabla de **Resultados de Aprendizaje** consta el porcentaje o peso que cada Resultado de Aprendizaje tiene en cada unidad de trabajo. Si se suma en horizontal, se ve el porcentaje o peso de cada Resultado de Aprendizaje en el módulo. Si se suma en vertical se obtienen el porcentaje o peso de cada Unidad de Trabajo.

|       | RA 1   | RA2    | RA 3   | RA 4   | RA 5   | RA 6   |        |
|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| UD. 1 | 11,67% |        |        | 16,67% |        |        | 28,34% |
| UD. 2 |        | 5,84%  |        |        |        |        | 5,84 % |
| UD. 3 |        | 5,84%  |        |        |        |        | 5,84%  |
| UD. 4 |        |        |        |        | 11,67% |        | 11,67% |
| UD. 5 |        |        | 16,67% |        |        |        | 16,67% |
| UD. 6 |        |        |        |        |        | 16,67% | 16,67% |
| FFE   | 5%     | 5%     |        |        | 5%     |        | 15%    |
|       | 16,67% | 16,67% | 16,67% | 16,67% | 16,67% | 16,67% | 100%   |

### ***Plazos a seguir para la presentación y tramitación de las reclamaciones.***

El alumno que no esté de acuerdo con la calificación obtenida en el módulo profesional en cualquiera de las **evaluaciones trimestrales que no posean el carácter de evaluación final**, podrá solicitar las aclaraciones que estime oportunas, siempre fundamentadas, acerca de las valoraciones y calificaciones realizadas en relación con su proceso de aprendizaje. Para ello, deberá dirigirse al profesor responsable de la evaluación del módulo profesional el cual deberá responder a la solicitud de aclaración el primer día hábil posterior a la comunicación de los resultados.



Además, conforme al artículo 18 y 19 ORDEN EDU/1575/2024, de 23 de diciembre, por la que se regula el proceso de evaluación del alumnado que curse enseñanzas de grados D y E del sistema de formación profesional en la Comunidad de Castilla y León.

#### Artículo 18 Aclaraciones

1. Cuando exista desacuerdo sobre las decisiones de la correspondiente sesión de evaluación, el alumnado y, en caso de minoría de edad, sus progenitores o representantes legales, podrán solicitar aclaraciones acerca de las calificaciones, así como de la decisión de promoción o titulación.

2. La solicitud de aclaraciones se realizará el primer día hábil posterior a la comunicación de los resultados o, en su caso, de la decisión de promoción o titulación.

El centro deberá informar a los padres, madres o personas que ejerzan la tutela legal del alumnado de este derecho.

#### Artículo 19. Procedimiento de reclamación en el centro.

1. El alumnado y, en caso de minoría de edad, sus progenitores o representantes legales, podrán reclamar, por escrito, ante la dirección del centro, las calificaciones o decisiones de promoción o titulación, en el plazo de dos días hábiles contados a partir del siguiente a aquel en que se produjo la entrega por escrito de la información de la evaluación final o en su caso de la comunicación de la decisión de promoción o titulación.

La reclamación debe contener las alegaciones que justifiquen la disconformidad con la calificación o decisión adoptada. Una vez presentada en el centro, la reclamación será tramitada a través de quien ejerza la jefatura de estudios.

2. La Jefatura de estudios del centro trasladará la reclamación, en el mismo día en que se presente, al departamento didáctico que corresponda y lo comunicará a la persona que ejerce la tutoría, como responsable de la coordinación de la sesión de evaluación final.

3. Cuando la reclamación tenga por objeto la modificación de las calificaciones, el departamento que corresponda analizará la solicitud de revisión y elaborará un informe de respuesta motivado, que contendrá:

a) La descripción de los hechos y actuaciones previas.

b) El análisis de la consecución de los resultados de aprendizaje, que se realizará teniendo en cuenta los criterios de evaluación, según lo establecido en la programación didáctica correspondiente.

c) El análisis de la adecuación de los procedimientos e instrumentos de evaluación utilizados, conforme a lo señalado en la programación didáctica.

d) El análisis de la corrección en la aplicación de los criterios de calificación respecto a lo establecido en la programación didáctica.

e) La decisión adoptada respecto a la solicitud de revisión y las alegaciones presentadas.

f) Cualquier otra cuestión que pueda considerarse de interés.

4. El informe de cada departamento didáctico se presentará ante la jefatura de estudios, en el siguiente día hábil de la recepción de la reclamación. La persona titular de la jefatura de estudios del centro deberá cerciorarse de que el informe se ajusta a la presente orden y demás normativa vigente, requiriendo al correspondiente departamento las modificaciones del mismo que sean necesarias.

5. En el caso de reclamación de calificaciones, la jefatura de estudios remitirá el informe o informes a la persona a cargo de la dirección del centro; si hay modificaciones en la calificación,



la persona titular de la jefatura de estudios procederá a reunir al equipo docente, en sesión excepcional, en el segundo día hábil posterior a la recepción de la reclamación para modificar el acta de evaluación. Si como consecuencia de la modificación de la calificación el alumno o alumna está en condiciones de promocionar o titular, el equipo docente valorará esta circunstancia.

**g) EL NÚMERO MÁXIMO DE FALTAS DE ASISTENCIA NO JUSTIFICADAS O LAS ACTIVIDADES NO REALIZADAS QUE DETERMINARÁN LA IMPOSIBILIDAD DE APLICAR LA EVALUACIÓN CONTINUA Y EL PROCEDIMIENTO A SEGUIR PARA LA EVALUACIÓN DEL ALUMNADO EN ESTOS CASOS.**

Según el artículo 2, apartado 6 de ORDEN EDU/1575/2024, de 23 de diciembre, por la que se regula el proceso de evaluación del alumnado que curse enseñanzas de grados D y E del sistema de formación profesional en la Comunidad de Castilla y León, en las enseñanzas presenciales la evaluación continua del proceso formativo requiere **la asistencia regular a las actividades lectivas programadas** en los distintos módulos en los que se encuentre matriculado el alumnado. El número de faltas de asistencia que determina la imposibilidad de realizar la evaluación continua vendrá determinado en las correspondientes programaciones didácticas en las que se establecerá para ese caso el procedimiento de evaluación.

Según artículo 12 apartado 4. a) 6.º del DECRETO 24/2024, de 21 de noviembre, por el que se establece el currículo de los ciclos formativos de grado superior, correspondiente a la oferta de grado D y nivel 3 del Sistema de Formación Profesional, conducentes a la obtención del título de Técnico Superior, en la Comunidad de Castilla y León, las programaciones recogerán el número máximo de faltas de **asistencia no justificadas** o las **actividades no realizadas** que determinarán la imposibilidad de aplicar la evaluación continua y el procedimiento a seguir para la evaluación del alumnado en esos casos.

Se acuerda aprobar un máximo de un 15% de faltas sobre el total de horas de docencia directa en el aula según horario escolar vigente y horario semanal del módulo, pierde el derecho a la evaluación continua. Esta situación implica que el profesor no tiene elementos de juicio suficientes para valorar los contenidos del módulo en su conjunto, es decir no hay una continuidad en la evaluación.

*La no realización de las tareas correspondientes al 15% de los RAs supondrá la pérdida del derecho a la evaluación continua.* Se consideran tareas obligatorias las actividades todas y cada una de las actividades del portafolio, pruebas orales, rolplays, pruebas escritas, exposiciones en clase y tener el cuaderno con todas las actividades que se han desarrollado en clase.

*La pérdida de evaluación continua no supone la prohibición de asistir a clase, realizar actividades y tareas o presentarse a los exámenes parciales o de evaluación. El profesor, de hecho, recomienda asistir a clase y seguir en todo lo posible el ritmo normal del grupo (trabajos, actividades, exámenes) pues todo ello ayudará a ir preparando la materia”.*

**h) LOS MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS Y REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

Para la explicación de los conceptos teóricos se utilizarán: libro de texto; apuntes del profesor, y materias de elaboración propia del docente.

Para la realización de prácticas se utilizarán los recursos que existen en el aula como ordenadores y material de elaboración propia por el docente.



Toda la documentación aportada por el profesor se realizará a través de la plataforma formativa del centro o en papel en dentro del aula en horario de clase.

También se utilizarán los recursos informáticos disponibles y uso de las TIC, tanto dentro del aula teórica recogiendo información y actualización de la documentación a través de la red de internet.

#### MATERIAL OBLIGATORIO ALUMNOS

- Para los contenidos teóricos: se deja libertad al alumno para su elaboración propia; cuadernos, carpeta, ordenador o la adquisición del libro de texto.
- Para la realización de prácticas y actividades como portafolio o proyecto del trimestre será obligatorio que los alumnos utilicen una memoria USB para guardar todas las actividades y proyecto del trimestre.
- El libro que se utiliza como guía y se recomienda su adquisición, aunque no se obliga es:

**AA. VV (2024), “Servicio de Atención Comercial”, McGrawHill.**

#### **i) ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES.**

| <b><i>Actividades complementarias y extraescolares</i></b> | <b><i>Breve descripción de la actividad</i></b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | <b><i>Temporalización</i></b> |
|------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|
| Proyecto de centro: PLAN DE FOMENTO DE LA LECTURA          | <b>La noticia de la semana</b> , una vez a la semana cada alumno deberá presentar al resto de la clase una noticia relevante para nuestro módulo, actualizada y contrastada con fuentes fiables que previamente habrá sido aprobada por la profesora. Además una vez al trimestre se va a desarrollar una mesa redonda con noticias propuestas por la docente y se van a leer dos libro a propuesta del docente. | Semanal y trimestral.         |
| PROYECTO AULA-EMPRESA                                      | Se propone un proyecto conjunto con el GM de actividades comerciales que incluye el diseño y ejecución de un proyecto                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Durante el 2 trimestre        |



|                                                              |                                                                                                                                                                                      |                                         |
|--------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|
|                                                              | de visual merchandising para una empresa local.                                                                                                                                      |                                         |
| VISITA EMPRESA LOCAL                                         | Visita a comercios de Benavente                                                                                                                                                      | Un día                                  |
| Visita a la Feria del Emprendimiento y del Empleo de Zamora. | Se visitará la feria del Emprendimiento y el Empleo de Zamora.                                                                                                                       | Un día                                  |
| CHARLAS, PONENCIAS, CURSOS o similar                         | Se realizarán charlas, ponencias, cursos o similar presenciales u online en el aula en horario de clase siempre que sean coherentes al módulo y refuercen el aprendizaje del alumno. | Momentos puntuales a lo largo del curso |

#### **j) MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD**

Recogido en acuerdo de departamento de fecha 22/09/2026 e incluido en la programación del departamento de comercio y marketing.

#### **k) PLANIFICACIÓN DE ACTIVIDADES DE RECUPERACIÓN DEL MÓDULO PROFESIONAL PENDIENTE DE SUPERACIÓN (modelo plan recuperación)**

No hay alumnos de cursos anteriores con la materia pendiente.

Las actividades de recuperación están planificadas para ser realizadas antes de la sesión de evaluación previa a la realización de la Fase de Formación en Empresa.

Durante este período el alumnado que no haya alcanzado el mínimo en el conjunto de Resultados de Aprendizaje trabajará aquellas partes o concreciones de las competencias no superadas (criterios de evaluación no superados). Para ello se propondrá al alumnado implicado un plan de actividades de refuerzo y se realizarán pruebas escritas de recuperación.



Resultados de aprendizaje y Criterios de Evaluación según Real Decreto Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico en Actividades Comerciales y se fijan sus enseñanzas mínimas

| <i>Resultados de Aprendizaje</i>                                                                                                                   | <i>Criterios de Evaluación</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | <i>Contenidos</i> | <i>Peso (%)</i> | <i>Instrumento de evaluación</i>                                 | <i>Agente evaluador</i>                                     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|-----------------|------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|
| <i>RA 1. Desarrolla actividades de atención/información al cliente, procurando transmitir la imagen más adecuada de la empresa u organización.</i> | <i>a) Se han identificado las funciones del departamento de atención al cliente de distintos tipos de empresas y organizaciones.<br/>b) Se han identificado diferentes tipos de organización del departamento de atención al cliente según características de la empresa u organización.<br/>c) Se han definido las relaciones del departamento de atención al cliente con el de marketing, el de ventas y otros departamentos de la empresa.<br/>d) Se han confeccionado organigramas de empresas comerciales, teniendo en cuenta su tamaño, estructura y actividad.<br/>e) Se han diferenciado las áreas de actividad y acciones del servicio de atención</i> | <i>UD 1 y FFE</i> | <i>16,67 %</i>  | <i>Prueba escrita 50%<br/>Portafolio 30%<br/>Prueba oral 20%</i> | <i>Coevaluación<br/>Heteroevaluación<br/>Autoevaluación</i> |



|                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                  |         |                                                         |                                                             |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|---------|---------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                  | al cliente, teniendo en cuenta la legislación vigente.<br>f) Se han identificado las funciones de los contact centers y los servicios que prestan a las empresas u organizaciones                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                  |         |                                                         |                                                             |
| <i>RA 2. Utiliza técnicas de comunicación en situaciones de atención al cliente/consumidor/usuario, proporcionando la información solicitada</i> | a) Se ha descrito el proceso de comunicación, los elementos que intervienen y las barreras y dificultades que pueden surgir en el mismo.<br>b) Se han identificado los canales de comunicación, interna y externa, de las empresas y organizaciones.<br>c) Se han descrito las fases del proceso de información al cliente y las técnicas utilizadas en los diferentes canales de comunicación.<br>d) Se ha solicitado la información requerida por el cliente al departamento u organismo competente, a través de distintos canales de comunicación.<br>e) Se ha facilitado información a supuestos clientes, utilizando la escucha activa<br>y prestando especial atención a la comunicación no verbal. | UD 2, UD 3 Y FFE | 16,67 % | Prueba escrita 50%<br>Portafolio 30%<br>Prueba oral 20% | <i>Coevaluación<br/>Heteroevaluación<br/>Autoevaluación</i> |



|                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |       |         |                                                         |                                                             |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|---------|---------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                             | <p>f) Se han mantenido conversaciones telefónicas para informar a supuestos clientes, utilizando actitudes, normas de protocolo y técnicas adecuadas.</p> <p>g) Se han redactado escritos de respuesta a solicitudes de información en situaciones de atención al cliente, aplicando las técnicas adecuadas.</p> <p>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.</p> |       |         |                                                         |                                                             |
| <i>RA 3. Organiza la información relativa a la relación con los clientes, aplicando técnicas de organización y archivo tanto manuales como informáticas</i> | <p>a) Se han descrito las técnicas de organización y archivo de la información, tanto manuales como informáticas.</p> <p>b) Se han descrito las técnicas más habituales de catalogación y archivo de documentación, analizando sus ventajas e inconvenientes.</p> <p>c) Se han clasificado distintos tipos de documentación en materia de</p>                                                                                                                                                                 | UD. 5 | 16,67 % | Prueba escrita 50%<br>Portafolio 30%<br>Prueba oral 20% | <i>Coevaluación<br/>Heteroevaluación<br/>Autoevaluación</i> |



|                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |             |                |                                                                  |                                                                    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|----------------|------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                 | <p>atención al cliente/consumidor/usuario.</p> <p>d) Se han elaborado, actualizado y consultado bases de datos con la información relativa a los clientes.</p> <p>e) Se han manejado herramientas de gestión de las relaciones con los clientes (CRM), de acuerdo con las especificaciones recibidas.</p> <p>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.</p> <p>g) Se han aplicado métodos para garantizar la integridad de la información y la protección de datos, de acuerdo con la normativa vigente.</p> |             |                |                                                                  |                                                                    |
| <p><i>R4. Identifica los organismos e instituciones de protección y defensa del consumidor y usuario, analizando las competencias de cada uno de ellos.</i></p> | <p>a) Se ha definido el concepto del consumidor y usuario, diferenciando los consumidores finales y los industriales.</p> <p>b) Se ha identificado la normativa nacional, autonómica y local que regula los derechos del consumidor y usuario.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | <p>UD 1</p> | <p>16,67 %</p> | <p>Prueba escrita 50%<br/>Portafolio 30%<br/>Prueba oral 20%</p> | <p><i>Coevaluación<br/>Heteroevaluación<br/>Autoevaluación</i></p> |



|                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |            |         |                                                         |                                                                         |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|---------|---------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                               | <p>c) Se han identificado las instituciones y organismos, públicos y privados, de protección al consumidor y usuario, describiendo sus competencias.</p> <p>d) Se ha interpretado la normativa aplicable a la gestión de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor/usuario en materia de consumo.</p> <p>e) Se han descrito las fuentes de información que facilitan información fiable en materia de consumo</p>                                 |            |         |                                                         |                                                                         |
| RA 5. Realiza trámites de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor, aplicando técnicas de comunicación y negociación para su resolución. | <p>a) Se han identificado los tipos de consultas, quejas, reclamaciones y denuncias más habituales en materia de consumo.</p> <p>b) Se ha descrito el procedimiento que hay que seguir, así como las fases, la forma y los plazos del proceso de tramitación de las reclamaciones del cliente.</p> <p>c) Se ha informado al cliente de sus derechos y los posibles mecanismos de solución de la reclamación, de acuerdo con la normativa vigente.</p> | UD 4 Y FFE | 16,67 % | Prueba escrita 50%<br>Portafolio 30%<br>Prueba oral 20% | <i>Coevaluación</i><br><i>Heteroevaluación</i><br><i>Autoevaluación</i> |



|                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |      |         |                    |                                                             |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|---------|--------------------|-------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                          | <p>d) Se ha cumplimentado la documentación necesaria para cursar la reclamación hacia el departamento u organismo competente.</p> <p>e) Se han aplicado técnicas de comunicación en la atención de las quejas y reclamaciones, utilizando la escucha activa, la empatía y la asertividad.</p> <p>f) Se han utilizado técnicas de negociación y actitudes que faciliten el acuerdo para resolver las reclamaciones del cliente.</p> <p>g) Se han identificado y cumplimentado los documentos relativos a la tramitación de las quejas, reclamaciones y denuncias.</p> <p>h) Se ha informado al reclamante de la situación y del resultado de la queja o reclamación, de forma oral y/o escrita, y/o por medios electrónicos</p> |      |         |                    |                                                             |
| RA 6. Colabora en la ejecución del plan de calidad y mejora del servicio de atención al cliente, aplicando técnicas de evaluación y control de la eficacia del servicio. | ) Se han identificado los métodos aplicables para evaluar la eficacia del servicio de atención/información al cliente.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | UD 5 | 16,67 % | Prueba escrita 50% | <i>Coevaluación<br/>Heteroevaluación<br/>Autoevaluación</i> |



|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |  |  |                                                      |  |
|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|------------------------------------------------------|--|
|  | <p>b) Se ha realizado el seguimiento del proceso de tramitación de las quejas y reclamaciones, evaluando la forma y los plazos de resolución.</p> <p>c) Se han identificado las principales incidencias y retrasos en el servicio de atención al cliente y en la resolución de quejas y reclamaciones.</p> <p>d) Se han descrito las principales medidas aplicables para solucionar las anomalías detectadas y mejorar la calidad del servicio.</p> <p>e) Se han aplicado técnicas para medir el nivel de satisfacción del cliente y la eficacia del servicio prestado.</p> <p>f) Se han redactado informes con los resultados y conclusiones de la evaluación de la calidad, utilizando herramientas informáticas.</p> <p>g) Se han aplicado las acciones establecidas en el plan de mejora de la calidad del servicio, utilizando aplicaciones informáticas.</p> <p>h) Se han desarrollado las acciones establecidas en el plan de fidelización de clientes, utilizando la</p> |  |  | <p>Portafolio<br/>30%</p> <p>Prueba<br/>oral 20%</p> |  |
|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|------------------------------------------------------|--|



**Junta de  
Castilla y León**

Consejería de Educación

|  |                                                                                               |  |  |  |  |
|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|
|  | información disponible en la herramienta de gestión de las relaciones con los clientes (CRM). |  |  |  |  |
|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|



## **ANEXO I.**

### **CONTENIDOS del MÓDULO PROFESIONAL**

(Con carácter orientativo, en Real Decreto Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico en Actividades Comerciales y se fijan sus enseñanzas mínimas)

Desarrollo de actividades de atención/información al cliente:

- La atención al cliente en las empresas y organizaciones.
- Gestión de las relaciones con clientes.
- La identidad corporativa y la imagen de marca.
- Servicios de atención al cliente/consumidor/usuario.
- El departamento de atención al cliente en las empresas y organizaciones.
- Relaciones con otros departamentos de la empresa u organización.
- Estructuras organizativas: organigramas.
- Tipos de organigramas.
- Los contact centers. Funciones que desarrollan en la relación con los clientes.

Tipología. Servicios que prestan a las empresas.

Utilización de técnicas de comunicación en situaciones de atención al cliente:

- La comunicación en la empresa. Información y comunicación.
- El proceso de comunicación.
- Tipos de comunicación.
- Técnicas de comunicación en situaciones de información al cliente.
- La empatía.
- La asertividad.
- La comunicación oral. La comunicación telefónica. La comunicación no verbal.
- La comunicación escrita. Tipos de cartas comerciales. Comunicaciones formales (instancia, recurso, certificado, declaración y oficio). Informes. Otros documentos escritos.
- La comunicación escrita a través de la red (Internet/Intranet).
- El correo electrónico. La mensajería instantánea.
- Comunicación en tiempo real (chat y videoconferencia) y comunicación diferida (foros).

Organización de la información relativa a la relación con los clientes:

- Técnicas de organización y archivo de documentación. Sistemas de clasificación, catalogación y archivo de documentos.
- Tipos de archivos.
- Organización de documentos de atención al cliente.
- Ficheros de clientes.
- Las bases de datos.
- Bases de datos documentales.
- Herramientas de gestión de las relaciones con clientes (CRM).
- Manejo de bases de datos de clientes.
- Transmisión de información en la empresa. Elaboración de informes.



– Normativa legal en materia de protección de datos.

Identificación de los organismos e instituciones de protección y defensa del consumidor y usuario:

– Concepto de consumidor y usuario.

– Consumidores y usuarios finales e industriales.

– Derechos del consumidor.

– La defensa del consumidor. Normativa legal.

– Instituciones públicas de protección al consumidor. Tipología. Competencias.

– Entidades privadas de protección al consumidor. Tipología. Competencias.

Realización de la tramitación de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor:

– Tipos de consultas, quejas, reclamaciones y denuncias más habituales en materia de consumo.

– Normativa vigente en materia de consumo aplicable a la gestión de reclamaciones y denuncias.

– Fases del proceso de tramitación de reclamaciones y denuncias.

– Procedimiento de recogida de las reclamaciones.

– Proceso de tramitación de las reclamaciones.

– Las reclamaciones ante la Administración.

– Las técnicas de comunicación en situaciones de quejas y reclamaciones.

– Tratamiento al cliente ante las quejas y reclamaciones. La escucha activa. La empatía. La asertividad

– La negociación en la resolución de quejas y reclamaciones.

– El plan de negociación. Fases: preparación y estrategia, desarrollo y acuerdo.

– Técnicas de negociación en las reclamaciones.

Colaboración en la ejecución del plan de calidad y mejora del servicio de atención al cliente/consumidor/usuario:

– Incidencias, anomalías y retrasos en el proceso de atención/información al cliente y en la resolución de quejas y reclamaciones.

– Tratamiento de las anomalías.

– Procedimientos de evaluación y control del servicio de atención al cliente.

– Normativa aplicable en la atención al cliente.

– Estrategias y técnicas de fidelización de clientes.

– Programas de fidelización de clientes.

## **PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA DEL MÓDULO PROFESIONAL COMERCIO ELECTRÓNICO**

### **CÓDIGO 1235**

#### **a) INTRODUCCIÓN: CONCEPTUALIZACIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL MÓDULO.**

|                                                                                  |                                                   |
|----------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|
| <b>Identificación del Ciclo formativo al que pertenece el módulo profesional</b> | <b>Ciclo formativo de Actividades Comerciales</b> |
| <b>Familia profesional a la que pertenece</b>                                    | <b>Comercio y Marketing</b>                       |
| <b>Nivel del Ciclo Formativo</b>                                                 | <b>Grado Medio</b>                                |
| <b>Duración del Ciclo Formativo</b>                                              | <b>2000</b>                                       |
| <b>Duración del módulo profesional</b>                                           | <b>132</b>                                        |

#### **Conceptualización:**

El módulo profesional “Comercio electrónico” tiene como finalidad proporcionar al alumnado los conocimientos, destrezas y actitudes necesarios para participar activamente en la planificación, ejecución y evaluación de acciones comerciales en entornos digitales.

Este módulo integra aspectos técnicos, comerciales y comunicativos del marketing digital y la venta online, fomentando la autonomía, la creatividad y la capacidad de adaptación del alumnado a los continuos cambios del entorno digital.

#### **Características generales:**

La formación de este módulo permite al alumnado:

- Comprender el papel del comercio electrónico en el contexto del marketing digital y de la estrategia global de la empresa.
- Aplicar técnicas de comunicación y venta a través de Internet, gestionando páginas web, redes sociales y tiendas virtuales.
- Desarrollar hábitos de trabajo colaborativo en entornos digitales y potenciar la cultura emprendedora.
- Cumplir con la normativa vigente en materia de comercio electrónico, protección de datos y comunicaciones comerciales.

Este módulo contribuye al desarrollo de la competencia general del título de Técnico en Actividades Comerciales, especialmente en lo relativo a la gestión de la venta de productos y servicios a través de Internet, la relación digital con clientes y proveedores, y el mantenimiento de la identidad digital corporativa.

#### **Enfoque pedagógico:**

La metodología se basa en el aprendizaje activo y contextualizado, con un enfoque práctico centrado en proyectos de comercio electrónico reales o simulados. Se fomentará el uso habitual de las TIC, la búsqueda autónoma de información, la creación de contenidos digitales y la gestión ética de la identidad online.



**b) COMPETENCIAS PROFESIONALES ASOCIADAS, LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y CONTENIDOS. (en articulado y Anexos de Reales Decretos que regulan el título)**

Según lo dispuesto en el Decreto 25/2024, de 21 de noviembre, que establece el currículo de los ciclos formativos de grado medio en Castilla y León, así como la normativa estatal aplicable, el módulo de Comercio electrónico contribuye al desarrollo de las siguientes competencias profesionales, personales y sociales del título de Técnico en Actividades Comerciales:

- Adaptarse a los cambios tecnológicos y organizar el trabajo con autonomía, integrando herramientas digitales.
- Utilizar las tecnologías de la información y la comunicación en los procesos de comercialización digital.
- Comunicar con eficacia utilizando medios digitales para el cliente, el público objetivo o los usuarios.
- Participar en la planificación, ejecución y control de actuaciones de comercio electrónico conforme al plan de marketing de la empresa.
- Aplicar criterios de calidad, accesibilidad, protección de datos y prevención en el entorno digital comercial.
- Resolver responsables de incidencias y adaptarse a nuevas exigencias del mercado digital.

**Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación**

| Resultado de aprendizaje                                                                                                       | Criterios de evaluación                                                                                                                                            | Unidad de trabajo                         |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|
| <b>RA 1. Aplica las directrices del plan de marketing digital de la empresa, participando en su ejecución y sostenimiento.</b> | <b>a)</b> Se han examinado las características generales y particulares de un plan de marketing digital capaz de alcanzar los objetivos comerciales de la empresa. | <b>UT 1</b><br><b>UT 2</b><br><b>UT 6</b> |
|                                                                                                                                | <b>b)</b> Se han ejecutado los procesos de posicionamiento y marketing online.                                                                                     |                                           |
|                                                                                                                                | <b>c)</b> Se han ejecutado los procesos de publicidad y promoción online ajustados a la normativa legal existente.                                                 |                                           |
|                                                                                                                                | <b>d)</b> Se han identificado los elementos que configuran el marketing en buscadores.                                                                             |                                           |
|                                                                                                                                | <b>e)</b> Se han evaluado los desafíos del marketing electrónico: la confianza en los medios de pago, los problemas logísticos y la seguridad.                     |                                           |
|                                                                                                                                | <b>f)</b> Se han gestionado electrónicamente las relaciones con los clientes, definiendo programas de fidelización y herramientas a utilizar.                      |                                           |



| Resultado de aprendizaje                                                                                                                                                      | Criterios de evaluación                                                                                                        | Unidad de trabajo          |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|
|                                                                                                                                                                               | <b>g)</b> Se han reconocido las nuevas tendencias de comunicación y relación con el cliente en marketing digital.              |                            |
| <b>RA 2. Realiza las acciones necesarias para efectuar ventas online, aplicando las políticas de comercio electrónico definidas por la empresa.</b>                           | <b>a)</b> Se han establecido los parámetros necesarios para crear o adaptar un negocio online.                                 | <b>UT 2</b><br><b>UT 3</b> |
|                                                                                                                                                                               | <b>b)</b> Se ha definido la captación de clientes adecuada al tipo de negocio electrónico.                                     |                            |
|                                                                                                                                                                               | <b>c)</b> Se han identificado los modelos de negocio convencionales y electrónicos existentes en la red.                       |                            |
|                                                                                                                                                                               | <b>d)</b> Se ha diseñado una tienda virtual.                                                                                   |                            |
|                                                                                                                                                                               | <b>e)</b> Se ha planificado la gestión de los pedidos recibidos y todo el proceso logístico.                                   |                            |
|                                                                                                                                                                               | <b>f)</b> Se han seleccionado los sistemas de pago online que se van a utilizar.                                               |                            |
|                                                                                                                                                                               | <b>g)</b> Se han seleccionado los sistemas de seguridad que garantizan la privacidad y la invulnerabilidad de las operaciones. |                            |
| <b>RA 3. Realiza el mantenimiento de la página web corporativa, la tienda electrónica y el catálogo online, utilizando aplicaciones informáticas y lenguajes específicos.</b> | <b>a)</b> Se han redactado sentencias en lenguaje de etiquetas de hipertexto (HTML).                                           | <b>UT 4</b><br><b>UT 5</b> |
|                                                                                                                                                                               | <b>b)</b> Se han utilizado programas comerciales para crear los ficheros que componen las páginas web.                         |                            |
|                                                                                                                                                                               | <b>c)</b> Se ha registrado la dirección de páginas web con dominio propio o con alojamiento gratuito.                          |                            |
|                                                                                                                                                                               | <b>d)</b> Se han enviado los ficheros web creados al servidor de Internet mediante programas especializados en esta tarea.     |                            |
|                                                                                                                                                                               | <b>e)</b> Se han utilizado programas específicos de inclusión de textos, imágenes y sonido.                                    |                            |
|                                                                                                                                                                               | <b>f)</b> Se ha construido una página web eficiente para el comercio electrónico.                                              |                            |
|                                                                                                                                                                               | <b>g)</b> Se han incluido en la web enlaces de interés capaces de generar tráfico orientado e interesado en lo que se ofrece.  |                            |
| <b>RA 4. Establece foros de comunicación entre usuarios, utilizando las redes sociales de ámbito empresarial.</b>                                                             | <b>a)</b> Se han utilizado programas web para mantener cibercharlas de texto.                                                  | <b>UT 6</b>                |
|                                                                                                                                                                               | <b>b)</b> Se han manejado aplicaciones de mensajería instantánea.                                                              |                            |
|                                                                                                                                                                               | <b>c)</b> Se han aplicado sistemas de comunicación oral que utilicen sonido o imagen.                                          |                            |



| Resultado de aprendizaje                                                                                                                    | Criterios de evaluación                                                                                                                                                          | Unidad de trabajo          |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|
|                                                                                                                                             | d) Se han propuesto temas de contenido profesional a través de blogs temáticos.                                                                                                  |                            |
|                                                                                                                                             | e) Se han establecido contactos sobre temas concretos a través de blogs temáticos de contenido profesional.                                                                      |                            |
|                                                                                                                                             | f) Se han efectuado comunicaciones, publicidad y ventas con otros usuarios de la red a través de redes sociales.                                                                 |                            |
|                                                                                                                                             | g) Se han generado contenidos audiovisuales y fotográficos de actividad, productos y procesos comerciales.                                                                       |                            |
| <b>RA 5. Utiliza entornos de trabajo dirigidos al usuario final (Web 2.0), integrando herramientas informáticas y recursos de Internet.</b> | a) Se han definido los modelos y funcionalidades Web 2.0 existentes en la red.                                                                                                   | <b>UT 5</b><br><b>UT 6</b> |
|                                                                                                                                             | b) Se han utilizado los recursos gratuitos y libres incluidos en los sitios Web 2.0.                                                                                             |                            |
|                                                                                                                                             | c) Se han aplicado los resultados obtenidos en el entorno Web 2.0 mediante la información (feedback) proporcionada por los usuarios.                                             |                            |
|                                                                                                                                             | d) Se han realizado las tareas necesarias para que la empresa esté presente, además de en su propio sitio web, en buscadores, redes sociales, blogs, chats y foros, entre otros. |                            |
|                                                                                                                                             | e) Se han seleccionado las acciones necesarias para integrar el comercio electrónico con funcionalidades propias de la Web 2.0.                                                  |                            |

**c) RESULTADOS DE APRENDIZAJE QUE PUEDEN SER DESARROLLADOS EN LA EMPRESA U ORGANISMO EQUIPARADO (verificar con ANEXO II del Plan de Formación de FFE según ORDEN EDU/173/2025, de 20 de febrero, por la que se desarrolla la formación en empresa u organismo equiparado, para las ofertas de formación profesional de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad de Castilla y León)**

De acuerdo con lo establecido en la Orden EDU/173/2025, de 20 de febrero, por la que se regula la formación en empresa u organismo equiparado (FFE) para las ofertas de Formación Profesional de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional en Castilla y León, algunos de los Resultados de Aprendizaje (RA) del módulo profesional Comercio electrónico (código 1235) pueden desarrollarse parcialmente durante la estancia formativa del alumnado en la empresa.

El módulo Comercio electrónico, por su carácter aplicado y competencial, permite que parte de los aprendizajes se refuercen mediante la observación, participación y ejecución de tareas en un entorno profesional real, especialmente en el área del marketing digital y la gestión comercial online.



**Resultados de aprendizaje desarrollables en la empresa**

| <b>Resultado de Aprendizaje (RA)</b>                                                                     | <b>Justificación y actividades susceptibles de desarrollo en la empresa</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| RA1. Aplicar las directrices del plan de marketing digital de la empresa.                                | Este resultado se desarrolla en la empresa mediante la participación del alumnado en la ejecución del plan de marketing digital, la observación de campañas de comunicación online y la colaboración en tareas de posicionamiento SEO/SEM, email marketing o gestión de contenidos digitales. El alumno podrá aplicar procedimientos reales de análisis de datos, diseño de campañas y estrategias de fidelización de clientes digitales. |
| RA4. Establecer foros de comunicación entre usuarios utilizando redes sociales y herramientas digitales. | Este resultado puede desarrollarse en la empresa al colaborar en la gestión de redes sociales corporativas, la moderación de foros o blogs empresariales, y la creación de contenidos multimedia orientados a la comunicación con clientes y usuarios. El alumnado podrá comprobar cómo se planifican y evalúan las interacciones digitales, los indicadores de participación y las estrategias de atención al cliente online.            |

**d) SECUENCIACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN DE LAS UNIDADES DE TRABAJO.**

| <b>Evaluación</b>          | <b>Unidad de trabajo y título</b>                                        | <b>Fechas y sesiones aproximadas</b> |
|----------------------------|--------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|
| <b>1ª Evaluación</b>       | UT1. Plan de marketing digital                                           | 14 sesiones                          |
|                            | UT2. Mercado digital. Compraventa online                                 | 20 sesiones                          |
|                            | UT3. La tienda virtual                                                   | 23 sesiones                          |
| <b>2ª Evaluación</b>       | UT4. Imagen corporativa: diseño web.                                     | 16 sesiones                          |
|                            | UT5. Publicación y mantenimiento de la página web.                       | 16 sesiones                          |
|                            | UT6. Comunicación digital corporativa y herramientas colaborativas.      | 16 sesiones                          |
| <b>3ª Evaluación (FCT)</b> | Formación en Centros de Trabajo (FEE): aplicación práctica de RA1 y RA4. | 27 sesiones                          |



## **e) LA METODOLOGÍA DIDÁCTICA QUE SE VA A APLICAR**

### ***Métodos pedagógicos (estilos, estrategias y técnicas de enseñanza):***

#### **1. Principios metodológicos generales**

La metodología del módulo profesional Comercio electrónico (código 1235) se fundamenta en los principios del aprendizaje activo, significativo y competencial, tal como establece el Decreto 25/2024, que regula el currículo de los ciclos formativos de grado medio en Castilla y León, y la Orden EDU/1365/2024, que concreta los aspectos específicos del ciclo formativo de Actividades Comerciales.

El proceso de enseñanza-aprendizaje se centrará en el desarrollo de las competencias profesionales, personales y sociales propias del perfil de Técnico en Actividades Comerciales, mediante el trabajo sobre situaciones de aprendizaje reales y contextualizadas que simulen la gestión del comercio electrónico en entornos empresariales actuales.

Se fomentará un aprendizaje autónomo, colaborativo y basado en la resolución de problemas, potenciando la creatividad y el pensamiento crítico. Las actividades estarán orientadas a la integración de conocimientos teóricos y prácticos, con una visión global de la función comercial en el entorno digital.

#### **2. Estrategias metodológicas específicas**

- Aprendizaje basado en proyectos (ABP): desarrollo de un proyecto global de tienda online o campaña digital, en el que el alumnado aplique los contenidos de las diferentes unidades.
- Simulación de entornos profesionales: uso de plataformas CMS, gestores de redes sociales y herramientas de marketing digital en situaciones simuladas de trabajo.
- Aprendizaje colaborativo: trabajos en grupo en los que se asignan roles (community manager, diseñador web, analista de datos, gestor de contenidos, etc.) para fomentar la cooperación y la comunicación.
- Aprendizaje por tareas: realización de actividades progresivas que permitan al alumnado consolidar destrezas técnicas, desde la creación de un sitio web hasta la planificación de campañas online.
- Aprendizaje basado en retos (ABR): planteamiento de desafíos concretos vinculados a la realidad empresarial local o a proyectos de emprendimiento digital.
- Integración de TIC y entornos virtuales: uso de aulas virtuales, recursos multimedia, analítica web, inteligencia artificial aplicada al marketing y simuladores de comercio electrónico.

#### ***3. Tipos de agrupamientos y organización de tiempos y espacios:***



La organización de los tiempos, espacios y agrupamientos se diseña de forma flexible y funcional, orientada al desarrollo de las competencias profesionales, personales y sociales del módulo.

## A. Agrupamientos del alumnado

- **Trabajo individual:**
  - Para actividades de análisis, autoevaluación o creación de contenidos digitales (por ejemplo, diseño de páginas web, elaboración de informes o gestión de redes sociales).
  - Favorece la autonomía, la autorregulación y la responsabilidad personal en el aprendizaje.
- **Trabajo en pequeño grupo (2–4 alumnos/as):**
  - Para el desarrollo de proyectos colaborativos (por ejemplo, creación de una tienda virtual o planificación de una campaña de marketing digital).
  - Permite la asunción de roles (community manager, diseñador web, analista de datos, etc.) y fomenta la cooperación y el trabajo en equipo.
- **Gran grupo o grupo-clase:**
  - Para sesiones de exposición, debates, análisis de casos reales o simulaciones de estrategias de venta digital.
  - Facilita el aprendizaje compartido y la reflexión colectiva sobre la práctica profesional.

Los agrupamientos serán dinámicos y podrán modificarse según la naturaleza de las tareas, el nivel de dificultad, los recursos disponibles y la evolución del grupo.

## B. Organización de tiempos

- **Duración total:** 132 horas, distribuidas en **4 horas semanales** durante las **dos primeras evaluaciones** (de septiembre a febrero).
- Cada **unidad de trabajo (UT)** se estructura en **bloques de 8 a 12 sesiones**, combinando teoría, práctica y actividades integradoras.
- Se reservarán sesiones específicas para **proyectos globales, evaluación formativa y refuerzo o ampliación** según el ritmo del grupo.
- Durante el **tercer trimestre**, el alumnado desarrolla la **FCT (Formación en Centros de Trabajo, 415 h)**, aplicando los **RA1 y RA4** en entorno real.

## C. Organización de espacios

- **Aula polivalente / aula ordinaria:** para presentaciones, exposiciones, debates y puestas en común.
- **Aula de informática:** espacio principal para el desarrollo de tareas prácticas:
  - Diseño de páginas web y tiendas virtuales.
  - Prácticas con gestores de contenido (CMS), plataformas de marketing digital, CRM, etc.
  - Actividades de búsqueda, análisis y gestión de información digital.
- **Entorno virtual de aprendizaje (EVA):**



- Utilización del aula virtual del centro (por ejemplo, Moodle, Teams o Google Classroom) para entregar trabajos, foros de discusión y autoevaluaciones.
- Repositorio de materiales, enlaces y recursos multimedia.
- 
- **Espacios externos y recursos reales:**
  - Observación y análisis de tiendas online reales, redes sociales corporativas y plataformas de comercio electrónico.
  - Actividades complementarias en ferias, eventos o seminarios relacionados con el sector comercial digital.

#### **4. Integración de las competencias clave y digitales**

El módulo contribuye de manera directa al desarrollo de las competencias clave establecidas en el currículo autonómico, especialmente:

- La competencia digital, a través del uso sistemático de tecnologías y entornos virtuales.
- La competencia emprendedora, mediante el diseño de proyectos reales y la toma de decisiones en entornos cambiantes.
- La competencia de aprender a aprender, promovida a través de la reflexión, la autoevaluación y la mejora continua.

Estas competencias se integran en todas las actividades didácticas, reforzando la capacidad del alumnado para adaptarse a los cambios tecnológicos, comunicarse eficazmente y gestionar información de forma crítica y responsable.

#### **5. Coordinación interdisciplinar y proyectos integrados**

El módulo de Comercio electrónico se coordina estrechamente con otros módulos del ciclo formativo, especialmente con:

- Marketing en la actividad comercial.
- Aplicaciones informáticas para el comercio.
- Gestión de la compraventa.
- Servicios de atención al cliente, consumidor y usuario.

Se diseñarán proyectos integrados que impliquen la colaboración entre profesorado y alumnado de diferentes módulos, con el objetivo de aplicar los conocimientos adquiridos de manera transversal. Estos proyectos promoverán la visión global del proceso comercial, reforzando la coherencia del aprendizaje y la preparación del alumnado para el entorno laboral digital.

**f) LOS PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE DEL ALUMNADO, RECOGIENDO LAS ACTUACIONES QUE SE LLEVARÁN A CABO PARA EVALUAR Y CALIFICAR LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJES, INCLUIDOS LOS QUE SE DESARROLLEN EN LA EMPRESA U ORGANISMO**



**EQUIPARADO, Y LOS CRITERIOS DE CALIFICACIÓN DE LOS MÓDULOS Y EL PROCEDIMIENTO Y PLAZOS A SEGUIR PARA LA PRESENTACIÓN Y TRAMITACIÓN DE LAS RECLAMACIONES.**

***Procedimientos de evaluación del aprendizaje del alumnado***

De acuerdo con lo establecido en el Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico en Actividades Comerciales, modificado por el Real Decreto 499/2024, de 21 de mayo, así como en el Decreto 25/2024, de 21 de noviembre, y la Orden EDU/1365/2024, de 26 de noviembre, la evaluación del aprendizaje del alumnado en el módulo de Comercio electrónico (1235) se regirá por los principios de evaluación continua, formativa y criterial.

La evaluación será continua, basada en la observación sistemática del progreso del alumnado y en la valoración de las evidencias de aprendizaje derivadas de la realización de actividades, proyectos y tareas prácticas. Será formativa, orientada a la mejora constante del proceso de enseñanza-aprendizaje, proporcionando retroalimentación regular y constructiva. Y será criterial, vinculada a los criterios de evaluación establecidos para cada resultado de aprendizaje (RA) en el currículo autonómico.

Los procedimientos de evaluación incluirán:

- Observación directa y sistemática del trabajo diario del alumnado.
- Valoración de productos y proyectos prácticos elaborados individualmente o en grupo.
- Registro de evidencias en instrumentos objetivos (rúbricas, listas de control, cuadernos de seguimiento o portafolios digitales).
- Pruebas teórico-prácticas para comprobar la asimilación de contenidos conceptuales y procedimentales.
- Autoevaluación y coevaluación, como herramientas de reflexión y autoanálisis del proceso de aprendizaje.

La información obtenida a través de estos procedimientos permitirá valorar el nivel de adquisición de los resultados de aprendizaje y, en consecuencia, la superación del módulo.

***Criterios de calificación de los módulos***

La nota trimestral de cada evaluación estará formada por la valoración de los siguientes apartados:

**Prueba de evaluación:** comprenderá toda la materia impartida en la misma. En alguna evaluación el profesor puede plantear la opción de exámenes parciales. En este caso, la nota de la prueba de evaluación será una media aritmética o ponderada de las notas de los parciales,



según se comunique previamente y en la propia prueba en función de número e importancia de las unidades de trabajo de cada parcial.

**Actividades prácticas:** Trabajos en clase/casa por el alumno sobre un tema, co-mentario de artículos, realización de actividades/ejercicios, preguntas en clase, tests de repaso con ayuda del libro o apuntes, exposiciones orales, etc. Cuando se encargue la realización de ejercicios o actividades, el profesor podrá pedir la entrega de estos a todos o a parte de los alumnos, o bien la resolución en clase a quien se indique. La ponderación de cada nota en el conjunto de este apartado figurará en la propia actividad y dependerá de cada evaluación y de las actividades que se soliciten.

|                                                                                                                |                   |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
| La nota de la evaluación será el resultado de realizar la siguiente media ponderada: Criterios de calificación | % de calificación |
| <b>Pruebas escritas de evaluación</b>                                                                          | 50%               |
| <b>Actividades prácticas</b>                                                                                   | 50%               |

Es requisito para aprobar una evaluación obtener un mínimo de 5 puntos como resultado de la ponderación descrita de las partes a) y b). No se hará media con exámenes, trabajos o exposiciones orales suspensas (con una nota inferior a 5).

Dado que las notas de evaluación no permiten números decimales, y éstos se pueden producir como consecuencia de la aplicación del cálculo anterior, la calificación de la evaluación se hará por redondeo. Si el primer decimal es 4 o inferior se redondea a la baja y si es 5 o superior al alza. Esta regla tiene dos excepciones: la franja entre 4 y 5 puntos redondeará siempre a 4 y las notas inferiores a 1 punto se redondearán a 1.

La realización de trampas en las pruebas objetivas originará un suspenso directo en la evaluación del módulo en dicho trimestre o prueba de evaluación final de que se trate.

***Plazos a seguir para la presentación y tramitación de las reclamaciones.***

Recogido en acuerdo de departamento de fecha 22/09/2026 e incluido en la programación del departamento de comercio y marketing.



**g) EL NÚMERO MÁXIMO DE FALTAS DE ASISTENCIA NO JUSTIFICADAS O LAS ACTIVIDADES NO REALIZADAS QUE DETERMINARÁN LA IMPOSIBILIDAD DE APLICAR LA EVALUACIÓN CONTINUA Y EL PROCEDIMIENTO A SEGUIR PARA LA EVALUACIÓN DEL ALUMNADO EN ESTOS CASOS.**

De acuerdo con lo establecido en el Decreto 25/2024, de 21 de noviembre, y la Orden EDU/1365/2024, de 26 de noviembre, el alumnado deberá mantener una asistencia regular a las actividades lectivas del módulo profesional para poder ser evaluado de forma continua.

El proceso de evaluación continua implica la participación activa del alumnado en las actividades programadas, la entrega de trabajos y la realización de las pruebas o tareas prácticas previstas.

**1. Criterio de asistencia**

El número máximo de faltas de asistencia permitido para conservar el derecho a la evaluación continua será del 10 % del total de horas del módulo.

- Duración total del módulo: 132 horas
- 10 % de 132 h = 13,2 horas

Por tanto, el alumnado que acumule más de 14 horas de faltas injustificadas perderá el derecho a la evaluación continua en el módulo Comercio electrónico (1235).

Las faltas deberán justificarse documentalmente ante el profesorado responsable en un plazo máximo de cinco días lectivos desde la reincorporación al centro.

**2. Procedimiento de pérdida del derecho**

Cuando el alumnado supere el límite de faltas injustificadas:

- El profesorado del módulo comunicará la situación a la Jefatura de Departamento y a la Jefatura de Estudios.
- Se notificará por escrito al alumnado y a su familia o tutores legales (si procede) la pérdida del derecho a evaluación continua.
- A partir de ese momento, el alumno o alumna solo podrá ser evaluado mediante una prueba final extraordinaria que permita comprobar la adquisición de los resultados de aprendizaje no alcanzados.

**3. Recuperación del derecho a la evaluación continua**

De forma excepcional, y previa valoración del equipo docente y la jefatura de estudios, podrá recuperarse el derecho a la evaluación continua si el alumnado:

- Justifica documentalmente las faltas acumuladas, y



- Se compromete por escrito a seguir el plan de recuperación diseñado por el profesorado responsable del módulo.

## **h) LOS MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS Y REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

Para el desarrollo del módulo profesional Comercio electrónico (código 1235) se emplearán diversos materiales y recursos que faciliten el aprendizaje activo, autónomo y competencial del alumnado, en coherencia con los principios metodológicos del Decreto 25/2024, de 21 de noviembre, y la Orden EDU/1365/2024, de 26 de noviembre.

Recursos principales:

- Libro de texto: *Comercio electrónico*, Editorial Editex (última edición), utilizado como guía base de contenidos teóricos y de actividades prácticas.
- Apuntes y materiales elaborados por el docente, adaptados al currículo vigente y actualizados con ejemplos y casos prácticos del entorno digital y comercial actual.
- Recursos digitales y TIC:
  - Plataformas de aprendizaje virtual del centro (Moodle, Google Classroom o similar).
  - Herramientas web y software específico: gestores de contenido (CMS), plataformas de comercio electrónico (WordPress, PrestaShop, Shopify), redes sociales corporativas, herramientas de analítica y marketing digital (Google Analytics, Canva, Mailchimp, etc.).
  - Recursos multimedia (vídeos, infografías, podcasts, artículos especializados, blogs y simuladores de negocio digital).
- Material impreso de apoyo: guías de usuario, fichas de prácticas, rúbricas y cuadernos de trabajo.
- Documentación normativa actualizada, especialmente en materia de comercio electrónico, protección de datos, legislación sobre consumidores y usuarios, y marketing digital.

## **2. Recursos del entorno y del centro educativo**

- Aula de informática equipada con ordenadores con conexión a Internet, software actualizado y periféricos necesarios para el trabajo individual y en grupo.
- Proyector o pizarra digital interactiva (PDI) para presentaciones, análisis de casos y simulaciones.
- Aula virtual del centro, como entorno de trabajo colaborativo, entrega de actividades, evaluación continua y comunicación entre docente y alumnado.
- Recursos del entorno local:
  - Análisis de comercios reales de la zona que utilicen canales digitales.
  - Colaboración con empresas o entidades locales para la realización de prácticas, visitas formativas o proyectos de comercio electrónico.

## **3. Referencias bibliográficas y documentales**



- Paraninfo (última edición). *Comercio electrónico*. Madrid: Ediciones Paraninfo.
- Decreto 25/2024, de 21 de noviembre, por el que se establece el currículo de los ciclos formativos de grado medio en Castilla y León.
- Orden EDU/1365/2024, de 26 de noviembre, por la que se concretan los aspectos específicos del currículo del ciclo formativo de grado medio en Actividades Comerciales.
- Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico.
- Reglamento (UE) 2016/679 (RGPD), relativo a la protección de las personas físicas en el tratamiento de datos personales.
- Ley 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales.
- Recursos online especializados en marketing digital, comercio electrónico, SEO, SEM y analítica web.
- Materiales complementarios y actualizaciones proporcionados por el profesorado a lo largo del curso.

## i) ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES.

Recogidas en acuerdo de departamento de fecha 22/09/2026 e incluido en la programación del departamento de comercio y marketing. Además de las actividades programadas conjuntamente por el departamento se realizarán en el marco de la actividad docente del módulo las siguientes:

| <b>Actividades complementarias y extraescolares</b> | <b>Breve descripción de la actividad</b>                                                                                                                                               | <b>Temporalización</b>                  |
|-----------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|
| PROYECTO AULA-EMPRESA                               | Se propone un proyecto conjunto con el GM de actividades comerciales que incluye el diseño y ejecución de un proyecto de visual merchandising para una empresa local.                  | Durante el 2º trimestre                 |
| CHARLAS, PONENCIAS, CURSOS o similar                | Se realizarán charlas, ponencias, cursos o similares presenciales u online en el aula en horario de clase siempre que sean coherentes al módulo y refuercen el aprendizaje del alumno. | Momentos puntuales a lo largo del curso |

## j) MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

Nos remitimos al registro de actuaciones generales de intervención educativa facilitado por el departamento de orientación y acordado por el equipo docente del grupo.

## **k) PLANIFICACIÓN DE ACTIVIDADES DE RECUPERACIÓN DEL MÓDULO PROFESIONAL PENDIENTE DE SUPERACIÓN (modelo plan recuperación).**

No hay alumnos de cursos anteriores con la materia pendiente.

### **1. Principios generales**

La recuperación se entenderá como una continuación del proceso de enseñanza-aprendizaje, y estará orientada a que el alumnado adquiera las competencias profesionales, personales y sociales vinculadas al módulo.

Se garantizará que las actividades propuestas permitan demostrar el logro de los resultados de aprendizaje no superados en las evaluaciones previas.

El profesor o profesora del módulo planificará y supervisará las actividades de recuperación, ofreciendo al alumnado orientación personalizada y seguimiento continuo a través del aula presencial y del entorno virtual de aprendizaje.

### **2. Procedimiento de recuperación**

- Al finalizar cada evaluación, se identificarán los resultados de aprendizaje no alcanzados y se informará al alumnado de los contenidos y tareas que deberá recuperar.
- Se programarán actividades específicas de refuerzo, adaptadas al nivel de logro y a las dificultades detectadas, tales como:
  - Ejercicios prácticos individuales o en grupo sobre las unidades de trabajo no superadas.
  - Elaboración de proyectos o trabajos aplicados relacionados con los RA pendientes.
  - Actividades en el aula virtual, foros, cuestionarios y pruebas de autoevaluación.
  - Pruebas escritas o teórico-prácticas complementarias, orientadas a la comprobación objetiva de la adquisición de los aprendizajes.
- El profesorado podrá establecer tutorías personalizadas para orientar la recuperación y revisar las evidencias de aprendizaje.

### **3. Criterios de evaluación y calificación en la recuperación**

- Las actividades de recuperación se evaluarán aplicando los mismos criterios de evaluación y criterios de calificación establecidos para el módulo.
- Para superar la recuperación, el alumnado deberá alcanzar un nivel de desempeño suficiente en todos los resultados de aprendizaje pendientes.
- Una vez demostrada la adquisición de dichos resultados, la calificación global se actualizará, reflejando la superación del módulo.

### **4. Evaluación final y extraordinaria**



**Junta de  
Castilla y León**

Consejería de Educación

En el caso de no superar el módulo tras las recuperaciones ordinarias, el alumnado dispondrá de una evaluación final extraordinaria, en la que deberá realizar una prueba global teórico-práctica que permita comprobar el nivel de adquisición de los resultados de aprendizaje del módulo completo.

Dicha prueba será diseñada y evaluada por el profesorado responsable del módulo, atendiendo a los criterios establecidos en esta programación.



Resultados de aprendizaje y Criterios de Evaluación según Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre.

| <i><b>Resultados de Aprendizaje</b></i>                                                                                 | <i><b>Criterios de Evaluación</b></i>                                                                                                                              | <i><b>Contenidos</b></i>      | <i><b>Peso (%)</b></i> | <i><b>Instrumento de evaluación</b></i>                            | <i><b>Agente evaluador</b></i>                              |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|------------------------|--------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|
| RA 1. Aplica las directrices del plan de marketing digital de la empresa, participando en su ejecución y sostenimiento. | <b>a)</b> Se han examinado las características generales y particulares de un plan de marketing digital capaz de alcanzar los objetivos comerciales de la empresa. | <b>UT 1<br/>UT 2<br/>UT 6</b> | 3%                     | <i>Prueba escrita<br/>Prueba oral<br/>Trabajo de investigación</i> | <i>Autoevaluación<br/>Coevaluación<br/>Heteroevaluación</i> |
|                                                                                                                         | <b>b)</b> Se han ejecutado los procesos de posicionamiento y marketing online.                                                                                     |                               | 3%                     |                                                                    |                                                             |
|                                                                                                                         | <b>c)</b> Se han ejecutado los procesos de publicidad y promoción online ajustados a la normativa legal existente.                                                 |                               | 3%                     |                                                                    |                                                             |
|                                                                                                                         | <b>d)</b> Se han identificado los elementos que configuran el marketing en buscadores.                                                                             |                               | 3%                     |                                                                    |                                                             |
|                                                                                                                         | <b>e)</b> Se han evaluado los desafíos del marketing electrónico: la confianza en los medios de pago, los problemas logísticos y la seguridad.                     |                               | 3%                     |                                                                    |                                                             |
|                                                                                                                         | <b>f)</b> Se han gestionado electrónicamente las relaciones con los clientes, definiendo programas de fidelización y herramientas a utilizar.                      |                               | 3%                     |                                                                    |                                                             |



|                                                                                                                                              |                                                                                                                                |                      |    |                                                    |                                                             |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|----|----------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                              | <b>g)</b> Se han reconocido las nuevas tendencias de comunicación y relación con el cliente en marketing digital.              |                      | 3% |                                                    |                                                             |
| RA 2. Realiza las acciones necesarias para efectuar ventas online, aplicando las políticas de comercio electrónico definidas por la empresa. | <b>a)</b> Se han establecido los parámetros necesarios para crear o adaptar un negocio online.                                 | <b>UT 2<br/>UT 3</b> | 3% | <i>Prueba escrita<br/>Prueba oral<br/>Proyecto</i> | <i>Coevaluación<br/>Autoevaluación<br/>Heteroevaluación</i> |
|                                                                                                                                              | <b>b)</b> Se ha definido la captación de clientes adecuada al tipo de negocio electrónico.                                     |                      | 3% |                                                    |                                                             |
|                                                                                                                                              | <b>c)</b> Se han identificado los modelos de negocio convencionales y electrónicos existentes en la red.                       |                      | 3% |                                                    |                                                             |
|                                                                                                                                              | <b>d)</b> Se ha diseñado una tienda virtual.                                                                                   |                      | 4% |                                                    |                                                             |
|                                                                                                                                              | <b>e)</b> Se ha planificado la gestión de los pedidos recibidos y todo el proceso logístico.                                   |                      | 3% |                                                    |                                                             |
|                                                                                                                                              | <b>f)</b> Se han seleccionado los sistemas de pago online que se van a utilizar.                                               |                      | 3% |                                                    |                                                             |
|                                                                                                                                              | <b>g)</b> Se han seleccionado los sistemas de seguridad que garanticen la privacidad y la invulnerabilidad de las operaciones. |                      | 3% |                                                    |                                                             |
| RA 3. Realiza el mantenimiento de la página web corporativa, la tienda electrónica y el catálogo online, utilizando aplicaciones             | <b>a)</b> Se han redactado sentencias en lenguaje de etiquetas de hipertexto (HTML).                                           | <b>UT 4<br/>UT 5</b> | 3% | <i>Prueba escrita<br/>Prueba oral<br/>Proyecto</i> | <i>Coevaluación<br/>Autoevaluación<br/>Heteroevaluación</i> |
|                                                                                                                                              | <b>b)</b> Se han utilizado programas comerciales para crear los ficheros que componen las páginas web.                         |                      | 3% |                                                    |                                                             |



|                                                                                                            |                                                                                                                               |                      |    |                                                    |                                                             |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|----|----------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|
| informáticas y lenguajes específicos.                                                                      | <b>c)</b> Se ha registrado la dirección de páginas web con dominio propio o con alojamiento gratuito.                         |                      | 3% |                                                    |                                                             |
|                                                                                                            | <b>d)</b> Se han enviado los ficheros web creados al servidor de Internet mediante programas especializados en esta tarea.    |                      | 3% |                                                    |                                                             |
|                                                                                                            | <b>e)</b> Se han utilizado programas específicos de inclusión de textos, imágenes y sonido.                                   |                      | 3% |                                                    |                                                             |
|                                                                                                            | <b>f)</b> Se ha construido una página web eficiente para el comercio electrónico.                                             |                      | 3% |                                                    |                                                             |
|                                                                                                            | <b>g)</b> Se han incluido en la web enlaces de interés capaces de generar tráfico orientado e interesado en lo que se ofrece. |                      | 3% |                                                    |                                                             |
| RA 4. Establece foros de comunicación entre usuarios, utilizando las redes sociales de ámbito empresarial. | <b>a)</b> Se han utilizado programas web para mantener cibercharlas de texto.                                                 | <b>UT 6</b>          | 3% | <i>Prueba escrita<br/>Prueba oral<br/>Proyecto</i> | <i>Autoevaluación<br/>Coevaluación<br/>Heteroevaluación</i> |
|                                                                                                            | <b>b)</b> Se han manejado aplicaciones de mensajería instantánea.                                                             |                      | 3% |                                                    |                                                             |
|                                                                                                            | <b>c)</b> Se han aplicado sistemas de comunicación oral que utilicen sonido o imagen.                                         |                      | 3% |                                                    |                                                             |
|                                                                                                            | <b>d)</b> Se han propuesto temas de contenido profesional a través de blogs temáticos.                                        |                      | 3% |                                                    |                                                             |
|                                                                                                            | <b>e)</b> Se han establecido contactos sobre temas concretos a través de blogs temáticos de contenido profesional.            |                      | 3% |                                                    |                                                             |
|                                                                                                            | <b>f)</b> Se han efectuado comunicaciones, publicidad y ventas con otros usuarios de la red a través de redes sociales.       |                      | 3% |                                                    |                                                             |
|                                                                                                            | <b>g)</b> Se han generado contenidos audiovisuales y fotográficos de actividad, productos y procesos comerciales.             |                      | 3% |                                                    |                                                             |
| RA 5. Utiliza entornos de trabajo dirigidos al usuario final (Web 2.0), integrando                         | <b>a)</b> Se han definido los modelos y funcionalidades Web 2.0 existentes en la red.                                         | <b>UT 5<br/>UT 6</b> | 3% | <i>Prueba oral<br/>Prueba escrita<br/>Proyecto</i> | <i>Autoevaluación<br/>Coevaluación<br/>Heteroevaluación</i> |
|                                                                                                            | <b>b)</b> Se han utilizado los recursos gratuitos y libres incluidos en los sitios Web 2.0.                                   |                      | 3% |                                                    |                                                             |



|                                                   |                                                                                                                                                                                         |  |    |  |  |
|---------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|----|--|--|
| herramientas informáticas y recursos de Internet. | <b>c)</b> Se han aplicado los resultados obtenidos en el entorno Web 2.0 mediante la información (feedback) proporcionada por los usuarios.                                             |  | 3% |  |  |
|                                                   | <b>d)</b> Se han realizado las tareas necesarias para que la empresa esté presente, además de en su propio sitio web, en buscadores, redes sociales, blogs, chats y foros, entre otros. |  | 3% |  |  |
|                                                   | <b>e)</b> Se han seleccionado las acciones necesarias para integrar el comercio electrónico con funcionalidades propias de la Web 2.0.                                                  |  | 3% |  |  |



## **ANEXO I.**

### **CONTENIDOS del MÓDULO PROFESIONAL**

(Con carácter orientativo, en Real Decreto **1688/2011, de 18 de noviembre**, por el que se establece el título de *Técnico en Actividades Comerciales* y se fijan sus enseñanzas mínimas, **Real Decreto 499/2024, de 21 de mayo**, que modifica determinados títulos de FP, incluyendo este módulo, **Decreto 25/2024, de 21 de noviembre**, y **Orden EDU/1365/2024**, que concretan el currículo en Castilla y León.)

#### **Contenidos básicos:**

##### **Aplicación de las directrices del plan de marketing digital:**

- Plan de marketing digital.
- Alta en buscadores y en directorios especializados.
- Características específicas del cliente online.
- Boletines electrónicos enviados con email marketing.
- Diseño de blogs corporativos: modalidades.
- Marketing en buscadores: SEM, SEO y campañas en páginas afines.
- Normativa sobre comunicaciones electrónicas y privacidad.
- Pagos con dinero electrónico y pagos en línea.
- Marketing de afiliación.
- Marketing relacional y la gestión de la relación con los clientes (CRM).
- Cross marketing.
- Marketing viral.
- Marketing one-to-one.
- Aplicaciones del mobile marketing y TDT, entre otros.
- Internet TV, videoblogs y web TV, entre otros.

##### **Realización de acciones de compraventa online:**

- Idea y diseño de una tienda virtual.
- Catálogo de productos online.
- Selección y registro de dominio.
- Modelos de negocio digital: portales horizontales, B2B y B2C, entre otros.
- Escaparate web. Catálogo electrónico.
- Control logístico de las mercancías vendidas online.
- La reclamación como instrumento de fidelización del cliente.
- Medios de pago electrónico.
- Períodos de reflexión y cancelaciones.
- Seguridad en las transacciones electrónicas: cifrado, firma digital, certificados digitales y DNI electrónico.
- Encriptación.
- Negocios electrónicos: e-shop, e-mail, e-procurement, e-marketplace y e-auction, entre otros.



## **Realización del mantenimiento de la página web:**

- Estructurar una página web corporativa.
- Lenguaje HTML.
- Creación de páginas web con los editores web más usuales.
- Elección del servidor para alojar páginas web.
- Publicación de páginas web vía FTP.
- Alta en buscadores.
- Programas de diseño gráfico y otras utilidades para la web.
- Catálogo online.
- Flujos de caja y financiación de la tienda online.
- Zonas calientes y zonas de usuario.
- El carrito de la compra online.

## **Establecimiento de relaciones con otros usuarios de la red:**

- Los grupos de conversación o chat: programas IRC y programas webchat.
- Servicio de mensajería instantánea.
- Telefonía por Internet.
- Los foros: leer y escribir en un foro.
- Los grupos de discusión.
- Redes sociales.
- Weblogs, blogs o bitácoras.
- Redes sociales para empresas.
- Añadir elementos a una página de una red social.
- Utilizar elementos fotográficos y audiovisuales en una página de una red social.
- Añadir aplicaciones profesionales a una página.
- Cómo buscar un grupo interesante.
- Crear una red de contactos influyentes.
- Comprar y vender en redes sociales.

## **Utilización de entornos Web 2.0:**

- Concepto y características.
- Funcionalidades: opiniones y foros de usuarios.
- Reputación corporativa online.
- Objetivos que hay que alcanzar.
- Herramientas del marketing online utilizadas en la Web 2.0.
- Webs integradas.
- Redes sociales que integran a los consumidores como prescriptores.
- Los consumidores como participantes activos (prosumidores): opiniones de otros compradores, ofertas cruzadas y comparativas, entre otras.
- Implementación de estrategias de seguridad informática.



**Junta de  
Castilla y León**  
Consejería de Educación

# **PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA**

## **PROYECTO INTERMODULAR DE AC**



**Junta de  
Castilla y León**  
Consejería de Educación

- a) **INTRODUCCIÓN: CONCEPTUALIZACIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL MÓDULO.**
- b) **COMPETENCIAS PROFESIONALES ASOCIADAS, LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y CONTENIDOS.**
- c) **RESULTADOS DE APRENDIZAJE QUE PUEDEN SER DESARROLLADOS EN LA EMPRESA U ORGANISMO EQUIPARADO.**
- d) **SECUENCIACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN DE LAS UNIDADES DE TRABAJO.**
- e) **LA METODOLOGÍA DIDÁCTICA QUE SE VA A APLICAR.**
- f) **LOS PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE DEL ALUMNADO, RECOGIENDO LAS ACTUACIONES QUE SE LLEVARÁN A CABO PARA EVALUAR Y CALIFICAR LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJES, INCLUIDOS LOS QUE SE DESARROLLEN EN LA EMPRESA U ORGANISMO EQUIPARADO, Y LOS CRITERIOS DE CALIFICACIÓN DE LOS MÓDULOS Y EL PROCEDIMIENTO Y PLAZOS A SEGUIR PARA LA PRESENTACIÓN Y TRAMITACIÓN DE LAS RECLAMACIONES.**
- g) **EL NÚMERO MÁXIMO DE FALTAS DE ASISTENCIA NO JUSTIFICADAS O LAS ACTIVIDADES NO REALIZADAS QUE DETERMINARÁN LA IMPOSIBILIDAD DE APLICAR LA EVALUACIÓN CONTINUA Y EL PROCEDIMIENTO A SEGUIR PARA LA EVALUACIÓN DEL ALUMNADO EN ESTOS CASOS.**
- h) **LOS MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS Y REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.**
- i) **ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES.**
- j) **MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD.**
- k) **PLANIFICACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE RECUPERACIÓN DE LOS MÓDULOS PENDIENTES DE SUPERACIÓN (No en Cursos de Especialización).**

## **PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA DEL MÓDULO PROFESIONAL Proyecto Intermodular código 1713**

### **a) INTRODUCCIÓN: CONCEPTUALIZACIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL MÓDULO.**

Identificación del Ciclo formativo al que pertenece el módulo profesional **Grado medio de Actividades comerciales**

Familia profesional a la que pertenece **Comercio y marketing**

Nivel del Ciclo Formativo **Grado medio. CINE-3b Nivel 1**

Duración del Ciclo Formativo **2000 horas**

Duración del módulo profesional **65 horas anuales que corresponderían a 2h semanales.**

**Realizará la función de coordinación el tutor de FFE.**

**Profesorado responsable: Equipo docente del ciclo (coordinador del módulo + profesorado implicado en módulos técnicos)**

#### **a) Introducción: Conceptualización y características del módulo**

Este módulo profesional, denominado “Proyecto Intermodular”, tiene como finalidad que el alumnado del ciclo de grado medio en Actividades Comerciales aplique de forma integrada los aprendizajes de los distintos módulos del ciclo (comercio, marketing, atención al cliente, punto de venta, etc.), mediante la elaboración de un proyecto realista ligado al entorno comercial.

Características principales:

Carácter integradora: este módulo permite conectar contenidos de módulos como “Marketing en la actividad comercial”, “Procesos de venta”, “Gestión de un pequeño comercio”, “Comercio electrónico”, entre otros (según el título). Comunidad de Madrid+2Observatorio FP+2

Enfoque práctico: se desarrollará mediante un proyecto, reto o simulación que tenga relevancia para el entorno local o real, favoreciendo la motivación del alumnado de nivel más bajo.

Trabajo colaborativo e interdisciplinar: el alumnado trabajará en equipos, integrando diversas competencias (técnicas, digitales, de comunicación) y módulos.

Orientación al sector comercial: el proyecto se encuadra en la familia profesional Comercio y Marketing y responde a una necesidad o reto en un punto de venta, comercio local, comercio online o servicio comercial.

Evaluación basada tanto en el proceso (planificación, trabajo, seguimiento) como en el producto final (presentación, defensa, entrega).

### **b) COMPETENCIAS PROFESIONALES ASOCIADAS, LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y CONTENIDOS.**

De conformidad con la normativa vigente en la comunidad de Castilla y León (Decreto 25/2024, de 21 de noviembre) y a nivel estatal (Orden EFD/657/2024, de 25 de junio) y también teniendo en cuenta lo que establece el Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre (y posteriores modificaciones) para ciclos formativos de grado medio. contemplados en el art 5 del RD 1688/2011 relacionándose con la **totalidad de las competencias profesionales (CPR) y para la empleabilidad (EMP) del título**. Con la entrada en vigor del Real Decreto 499/2024, de 21 de mayo, por el que se modifican determinados reales decretos por los que se establecen títulos de Formación Profesional de grado medio y se fijan sus enseñanzas mínimas estas competencias han pasado a denominarse competencias profesionales y para la empleabilidad, sustituyendo la anterior denominación de competencias profesionales, personales y sociales. Estas son:

- a) Realizar proyectos de viabilidad y de puesta en marcha y ejercicio por cuenta propia de la actividad de un pequeño negocio de comercio al por menor, adquiriendo los recursos necesarios y cumpliendo con las obligaciones legales y administrativas, conforme a la normativa vigente.
- b) Administrar y gestionar un pequeño establecimiento comercial, realizando las actividades necesarias con eficacia y rentabilidad, y respetando la normativa vigente.
- c) Realizar la venta de productos y/o servicios a través de los distintos canales de comercialización, utilizando las técnicas de venta adecuadas a la tipología del cliente y a los criterios establecidos por la empresa.
- d) Organizar las operaciones del almacenaje de las mercancías en las condiciones que garanticen su conservación, mediante la optimización de medios humanos, materiales y de espacio, de acuerdo con procedimientos establecidos.
- e) Garantizar el aprovisionamiento del pequeño negocio, previendo las necesidades de compra para mantener el nivel de servicio que requiere la atención a la demanda de los clientes o consumidores.
- f) Realizar actividades de animación del punto de venta en establecimientos dedicados a la comercialización de productos y/o servicios, aplicando técnicas de merchandising, de acuerdo con los objetivos establecidos en el plan de comercialización de la empresa.
- g) Realizar acciones de comercio electrónico, manteniendo la página web de la empresa y los sistemas sociales de comunicación a través de Internet, para cumplir con los objetivos de comercio electrónico de la empresa definidos en el plan de marketing digital.
- h) Realizar la gestión comercial y administrativa del establecimiento comercial, utilizando el hardware y software apropiado para automatizar las tareas y trabajos.
- i) Ejecutar las acciones de marketing definidas por la organización comercial en el plan de marketing, identificando las necesidades de productos y/o servicios de los clientes, los factores que intervienen en la fijación de precios, los canales de distribución y las técnicas de comunicación para cumplir con los objetivos fijados por la dirección comercial.
- j) Ejecutar los planes de atención al cliente, gestionando un sistema de información para mantener el servicio de calidad que garantice el nivel de satisfacción de los clientes, consumidores o usuarios.
- k) Realizar ventas especializadas de productos y/o servicios, adaptando el argumentario de ventas a las características peculiares de cada caso para cumplir con los objetivos comerciales definidos por la dirección comercial.
- L) Gestionar en inglés las relaciones con clientes, usuarios o consumidores, realizando el seguimiento de las operaciones, para asegurar el nivel de servicio prestado.
- m) Adaptarse a las nuevas situaciones laborales originadas por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos, actualizando sus conocimientos, utilizando los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación.
- n) Actuar con responsabilidad y autonomía en el ámbito de su competencia, organizando y desarrollando el trabajo asignado, cooperando o trabajando en equipo con otros profesionales en el entorno de trabajo.

- ñ) Resolver de forma responsable las incidencias relativas a su actividad, identificando las causas que las provocan, dentro del ámbito de su competencia y autonomía.
- o) Comunicarse eficazmente, respetando la autonomía y competencia de las distintas personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.
- p) Aplicar los protocolos y las medidas preventivas de riesgos laborales y protección ambiental durante el proceso productivo, para evitar daños en las personas y en el entorno laboral y ambiental.
- q) Aplicar procedimientos de calidad, de accesibilidad universal y de “diseño para todos” en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.
- r) Realizar la gestión básica para la creación y funcionamiento de una pequeña empresa y tener iniciativa en su actividad profesional.
- s) Ejercer sus derechos y cumplir con las obligaciones derivadas de su actividad profesional, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente, participando activamente en la vida económica, social y cultural

A continuación propongo algunos RAs adaptados al módulo de Proyecto Intermodular para este ciclo, junto a criterios de evaluación sugeridos:

| Nº  | Resultado de aprendizaje                                                                                                                                                                                               | Criterios de evaluación                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| RA1 | Plantea y diseña un proyecto comercial (por ejemplo: apertura de un pequeño comercio, ampliación del comercio electrónico, mejora del punto de venta) que integra los aprendizajes de los distintos módulos del ciclo. | CE1.1 – Identifica el reto o necesidad del entorno comercial.<br>CE1.2 – Define los objetivos, alcance, recursos, y cronograma del proyecto.<br>CE1.3 – Justifica la viabilidad técnica, comercial y económica del proyecto.                                                            |
| RA2 | Ejecuta el proyecto comercial, organizando tareas, aplicando los contenidos de los módulos profesionales, resolviendo incidencias y manteniendo calidad en el proceso.                                                 | CE2.1 – Asigna tareas y organiza trabajo en equipo para el desarrollo del proyecto.<br>CE2.2 – Aplica conocimientos de gestión comercial, marketing, atención al cliente, venta y comercio electrónico.<br>CE2.3 – Detecta y resuelve incidencias, adapta el plan cuando sea necesario. |
| RA3 | Evalúa los resultados del proyecto, elabora documentación final, presenta y defiende el proyecto ante un pequeño tribunal o interlocutor comercial.                                                                    | CE3.1 – Realiza un informe final con indicadores de éxito, cumplimiento de objetivos, presupuesto, plazos y calidad.<br>CE3.2 – Presenta el proyecto ante compañeros, profesorado                                                                                                       |

|  |  |                                                                                                                                                     |
|--|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  | y/o un profesional del comercio.<br>CE3.3 – Propone mejoras viables para el proyecto, considerando aspectos comerciales, de marketing y tecnología. |
|--|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

**c) RESULTADOS DE APRENDIZAJE QUE PUEDEN SER DESARROLLADOS EN LA EMPRESA U ORGANISMO EQUIPARADO (verificar con ANEXO II del Plan de Formación de FFE según ORDEN EDU/173/2025, de 20 de febrero, por la que se desarrolla la formación en empresa u organismo equiparado, para las ofertas de formación profesional de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad de Castilla y León)**

La formación en empresa u organismo equiparado debe vincularse a los **resultados de aprendizaje de los módulos profesionales** del ciclo que puedan desarrollarse en el entorno productivo.

El **Proyecto Intermodular**, aun siendo un módulo de carácter integrador, **puede relacionarse con la fase de FFE-EO únicamente a través de los módulos profesionales que participan en su desarrollo**, siempre que dichos módulos dispongan de resultados de aprendizaje que puedan ser realizados, total o parcialmente, en la empresa u organismo equiparado.

Por tanto, la conexión con la FFE-EO **dependerá de los módulos implicados en la realización del proyecto**, cuyos resultados de aprendizaje y criterios de evaluación sí pueden formar parte del Plan de Formación en Empresa.

**d) SECUENCIACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN DE LAS UNIDADES DE TRABAJO.**

Propongo una temporalización para un curso de 2º de grado medio (suponiendo que este módulo se imparte en el tercer trimestre tras los módulos técnicos). Supongamos 12 semanas (65 horas) en un trimestre, más presentación final.

|                                                                                                              | <i><b>Título</b></i>                                                                                       | <i><b>Fechas y sesiones</b></i> |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|
| <b>TERCER TRIMESTRE fase 1</b><br><b>Identificación del reto y análisis del entorno</b>                      | <i>UT 1: Presentación del módulo, metodología de proyectos, definición del reto, análisis del contexto</i> | 2                               |
|                                                                                                              | <i>UT2: Estudio del entorno comercial: mercado, competencia, clientes, canales de venta</i>                | 6                               |
|                                                                                                              | <i>UT 3: Diseño del proyecto: definición del negocio, objetivos, recursos, cronograma</i>                  | 10                              |
| <b>TERCER TRIMESTRE fase 2</b><br><b>Diseño del proyecto, estudio de viabilidad y ejecución y desarrollo</b> | <i>UT 4:Diseño continuo: marketing, atención al cliente, comercio electrónico, tecnología</i>              | 10                              |
|                                                                                                              | <i>UT 5: Ejecución del proyecto: asignación de tareas, iniciación de</i>                                   | 10                              |

|                                                               |                                                                                                                           |    |
|---------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
|                                                               | <i>actividades, uso de herramientas informáticas y digitales</i>                                                          |    |
|                                                               | <i>UT 6: Ejecución del proyecto: seguimiento, control, resolución de incidencias, adaptación del plan</i>                 | 10 |
|                                                               | <i>UT 7: Ejecución del proyecto: atención al cliente/comercio electrónico, ventas simuladas, análisis de datos</i>        | 10 |
| <b>TERCER TRIMESTRE fase 3</b><br><b>Evaluación y defensa</b> | <i>UT8: Evaluación y cierre del proyecto: indicadores de éxito, análisis de resultados, elaboración del informe final</i> | 3  |
|                                                               | <i>UT 9: Presentación y defensa del proyecto ante tribunal/empresa, feedback</i>                                          | 2  |
|                                                               | <i>Evaluación del proyecto</i>                                                                                            | 2  |

#### e) LA METODOLOGÍA DIDÁCTICA QUE SE VA A APLICAR

##### **Métodos pedagógicos (estilos, estrategias y técnicas de enseñanza):**

La metodología que se aplicará será activa, participativa y basada en el aprendizaje por retos (ABR) y «learning by doing». Algunas claves metodológicas:

- **Tutoría del proyecto:** el profesor actuará como tutor y facilitador, guiando a los grupos en la planificación, seguimiento y evaluación del proyecto, planteando preguntas clave, revisando avances y promoviendo la reflexión.
- **Entorno real o simulado:** siempre que sea posible se colaborará con una empresa o un organismo del sector transporte/logística para aportar datos reales, contexto profesional o incluso implementar parte del proyecto.
- **Uso de herramientas digitales para** documentar, presentar y gestionar el proyecto ( Google Drive, Canva, Genially, Teams, Planner, Trello, etc).
- **Evaluación continua:** seguimiento del proceso mediante hitos intermedios (revisión de planificación, ejecución, control de incidencias), autoevaluación y coevaluación entre compañeros, además de la evaluación final del producto.
- **Presentación y defensa:** al final del módulo se realizará la presentación pública (ante compañeros, profesores, empresa, tribunal) del proyecto, de modo que el alumnado experimente una situación cercana al mundo profesional.
- **Reflexión y mejora:** se reserva un espacio para que los alumnos realicen una reflexión final sobre el proyecto (qué ha funcionado, qué no, qué mejorarían) y realicen una propuesta de mejora.
- **Integración de contenidos previos:** se fomentará que los alumnos identifiquen y apliquen los aprendizajes de otros módulos profesionales del ciclo (por ejemplo planificación, distribución, procesamiento de pedidos, flotas, gestión de almacenes) dentro del proyecto

Al realizarse durante la FFE el proyecto tendrá que ser desarrollado en remoto o presencial (en las fechas indicadas) con el tutor del módulo correspondiente para cada parte del proyecto.

**f) LOS PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE DEL ALUMNADO, RECOGIENDO LAS ACTUACIONES QUE SE LLEVARÁN A CABO PARA EVALUAR Y CALIFICAR LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJES, INCLUIDOS LOS QUE SE DESARROLLEN EN LA EMPRESA U ORGANISMO EQUIPARADO, Y LOS CRITERIOS DE CALIFICACIÓN DE LOS MÓDULOS Y EL PROCEDIMIENTO Y PLAZOS A SEGUIR PARA LA PRESENTACIÓN Y TRAMITACIÓN DE LAS RECLAMACIONES.**

#### *Procedimientos de evaluación del aprendizaje del alumnado*

El art.107 del RD 659/2023, establece que la evaluación será continua y se adaptará a las distintas metodologías de aprendizaje.

Se integrará dentro del proceso global de evaluación del ciclo. Evaluamos tanto el producto como el proceso.

##### Evaluación continua

- Se revisarán los hitos del proyecto: planificación inicial, cronograma, presupuesto, seguimiento, control de incidencias, informe intermedio.
- Los alumnos entregarán informes parciales (por ejemplo al finalizar la fase de diseño, al medio del proyecto) que serán valorados por el tutor.
- Se realizará autoevaluación del alumno y coevaluación entre miembros del grupo.
- El tutor mantendrá entrevistas/tutorías periódicas con los grupos para hacer seguimiento.

##### Evaluación final

- Informe final del proyecto (documentación completa, indicadores de rendimiento, análisis de resultados, propuesta de mejoras).
- Presentación oral o defensa del proyecto ante un tribunal o comisión (puede incluir empresa colaboradora, profesorado, otros alumnos).
- Evaluación del producto, de la presentación, de la calidad de la documentación, de la defensa y preguntas.

##### Valoración de la empresa u organismo equiparado (si procede)

- Si parte del proyecto se desarrolla en empresa/organismo, se dispondrá de un responsable de la empresa que valorará la implicación del alumnado, el cumplimiento de tareas, la calidad del trabajo realizado, la autonomía y la iniciativa.

El Proyecto Inter modular podrá adoptar **distintos tipos de enfoque**, tales como:

- Proyectos documentales o de investigación aplicada.
- Proyectos de innovación o mejora de procesos.
- Proyectos de análisis de viabilidad.
- Prototipos tecnológicos o simulaciones.

- Proyectos de emprendimiento o diseño de soluciones empresariales.

La elección del tipo de proyecto condicionará las **evidencias a presentar**, la estructura de la memoria, el sistema de seguimiento y los instrumentos de evaluación empleados. En todos los casos, dichas evidencias deberán permitir la verificación de los resultados de aprendizaje y criterios de evaluación establecidos para el módulo.

#### ***Criterios de calificación de los módulos***

| <b>RA</b>                                                                        | <b>Contenido que se valora (resumen)</b>                                                                                                      | <b>Peso (%)</b> |
|----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|
| <b>RA1. Identifica necesidades del sector y define el enfoque del proyecto</b>   | Punto de partida del proyecto: identificación del problema, tipo de proyecto, objetivos iniciales, análisis del entorno. <b>(UT1–UT2–UT3)</b> | <b>10 %</b>     |
| <b>RA2. Diseña y desarrolla el proyecto</b>                                      | Diseño del proyecto, recogida de información, análisis, elaboración del borrador, desarrollo técnico del proyecto. <b>(UT4–UT5–UT6)</b>       | <b>20 %</b>     |
| <b>RA3. Planifica la implementación del proyecto</b>                             | Organización final del trabajo, revisión técnica, coordinación de fases y cierre del desarrollo. <b>(UT6–UT7)</b>                             | <b>10 %</b>     |
| <b>RA4. Define procedimientos de control, seguimiento y defensa del proyecto</b> | Evaluación del proyecto, presentación oral, defensa ante tribunal/empresa, valoración competencial. <b>(UT8–UT9)</b>                          | <b>60 %</b>     |

Se definirá la escala (por ejemplo 0-10) y los criterios para aprobar (obtener un 5)

Se indicará la ponderación de cada actuación: informes parciales, intervención/tutorías, trabajo en empresa, informe final, presentación/defensa.

Se considerará también la actitud, la puntualidad, la implicación, el trabajo en equipo.

#### ***Plazos a seguir para la presentación y tramitación de las reclamaciones.***

El alumno que no esté de acuerdo con la calificación obtenida en el módulo profesional en cualquiera de las **evaluaciones trimestrales que no posean el carácter de evaluación final**, podrá solicitar las aclaraciones que estime oportunas, siempre fundamentadas, acerca de las valoraciones y calificaciones realizadas en relación con su proceso de aprendizaje. Para ello, deberá dirigirse al profesor responsable de la evaluación del módulo profesional el cual deberá responder a la solicitud de aclaración el primer día hábil posterior a la comunicación de los resultados.

Además, conforme al artículo 18 y 19 ORDEN EDU/1575/2024, de 23 de diciembre, por la que se regula el proceso de evaluación del alumnado que curse enseñanzas de grados D y E del sistema de formación profesional en la Comunidad de Castilla y León.

#### **Artículo 18 Aclaraciones**

1. Cuando exista desacuerdo sobre las decisiones de la correspondiente sesión de evaluación, el alumnado y, en caso de minoría de edad, sus progenitores o representantes legales, podrán solicitar aclaraciones acerca de las calificaciones, así como de la decisión de promoción o titulación.

2. La solicitud de aclaraciones se realizará el primer día hábil posterior a la comunicación de los resultados o, en su caso, de la decisión de promoción o titulación.

El centro deberá informar a los padres, madres o personas que ejerzan la tutela legal del alumnado de este derecho.

#### **Artículo 19. Procedimiento de reclamación en el centro.**

1. El alumnado y, en caso de minoría de edad, sus progenitores o representantes legales, podrán **reclamar, por escrito, ante la dirección del centro, las calificaciones o decisiones de promoción o titulación, en el plazo de dos días hábiles** contados a partir del siguiente a aquel en que se produjo la entrega por escrito de la información de la evaluación final o en su caso de la comunicación de la decisión de promoción o titulación.

La reclamación debe contener las alegaciones que justifiquen la disconformidad con la calificación o decisión adoptada. Una vez presentada en el centro, la reclamación será tramitada a través de quien ejerza la jefatura de estudios.

**2. La Jefatura de estudios del centro trasladará la reclamación, en el mismo día** en que se presente, al departamento didáctico que corresponda y lo comunicará a la persona que ejerce la tutoría, como responsable de la coordinación de la sesión de evaluación final.

3. Cuando la reclamación tenga por objeto la modificación de las calificaciones, el departamento que corresponda analizará la solicitud de revisión y elaborará un informe de respuesta motivado, que contendrá:

a) La descripción de los hechos y actuaciones previas.

b) El análisis de la consecución de los resultados de aprendizaje, que se realizará teniendo en cuenta los criterios de evaluación, según lo establecido en la programación didáctica correspondiente.

c) El análisis de la adecuación de los procedimientos e instrumentos de evaluación utilizados, conforme a lo señalado en la programación didáctica.

d) El análisis de la corrección en la aplicación de los criterios de calificación respecto a lo establecido en la programación didáctica.

e) La decisión adoptada respecto a la solicitud de revisión y las alegaciones presentadas.

f) Cualquier otra cuestión que pueda considerarse de interés.

#### **4. El informe de cada departamento didáctico se presentará ante la jefatura de estudios, en el siguiente día hábil de la recepción de la reclamación.**

La persona titular de la jefatura de estudios del centro deberá cerciorarse de que el informe se ajusta a la presente orden y demás normativa vigente, requiriendo al correspondiente departamento las modificaciones del mismo que sean necesarias.

5. En el caso de reclamación de calificaciones, la jefatura de estudios remitirá el informe o informes a la persona a cargo de la dirección del centro; si hay modificaciones en la calificación, la persona titular de la jefatura de estudios procederá a reunir al equipo docente, en sesión excepcional, en el segundo día hábil posterior a la recepción de la reclamación para modificar el acta de evaluación. Si como consecuencia de la modificación de la calificación el alumno o alumna está en condiciones de promocionar o titular, el equipo docente valorará esta circunstancia.

**g) EL NÚMERO MÁXIMO DE FALTAS DE ASISTENCIA NO JUSTIFICADAS O LAS ACTIVIDADES NO REALIZADAS QUE DETERMINARÁN LA IMPOSIBILIDAD DE APLICAR LA EVALUACIÓN CONTINUA Y EL PROCEDIMIENTO A SEGUIR PARA LA EVALUACIÓN DEL ALUMNADO EN ESTOS CASOS.**

Según el artículo 2, apartado 6 de ORDEN EDU/1575/2024, de 23 de diciembre, por la que se regula el proceso de evaluación del alumnado que curse enseñanzas de grados D y E del sistema de formación profesional en la Comunidad de Castilla y León, en las enseñanzas presenciales la evaluación continua del proceso formativo requiere **la asistencia regular a las actividades lectivas programadas** en los distintos módulos en los que se encuentre matriculado el alumnado. El número de faltas de asistencia que determina la imposibilidad de realizar la evaluación continua vendrá determinado en las correspondientes programaciones didácticas en las que se establecerá para ese caso el procedimiento de evaluación.

El alumno que falte al 20% de las sesiones presenciales en el centro pierde el derecho a la evaluación continua. Esta situación implica que el profesor no tiene elementos de juicio suficientes para valorar el desarrollo del módulo en su conjunto, es decir no hay una continuidad en la evaluación. Son faltas justificadas las recogidas como tal en el RRI o en su defecto enfermedad (parte médico), citas médicas, citaciones judiciales, autorización para actividades oficiales del centro y fallecimiento de familiares (con documentación). Recaltar que otras causas (trabajar para la familia, cuidar hermanos regularmente) no se consideran justificadas salvo excepcional justificación y valoración por Servicios Sociales.

**h) LOS MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS Y REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

Aula equipada con ordenador, proyector y acceso a internet.

Herramientas de comercio electrónico (plataforma de prueba), hojas de cálculo, herramientas de marketing digital (por ejemplo, Google Forms, Canva, redes sociales simuladas).

Documentación normativa comercial, de atención al cliente y de comercio electrónico.

Casos reales de comercios locales, datos de mercado local, entrevistas con profesionales del comercio.

Plataforma de aprendizaje del centro (LMS) para entrega de tareas, foros de discusión y seguimiento del proyecto.

Plantillas de planificación del proyecto (cronograma, Gantt, checklist), guías de trabajo en equipo, rúbricas de evaluación.

- “Marketing en el pequeño comercio” (edición actual).
- “Comercio electrónico y redes sociales para pymes” (edición actual).
- “Técnicas de venta y atención al cliente” (edición actual).
- Normativa: Real Decreto 1688/2011 (título de Técnico en Actividades Comerciales) y su desarrollo.
- Material digital: artículos de actualidad sobre comercio electrónico, fidelización, omnicanalidad.

**i) ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES.**

| <b><i>Actividades complementarias y extraescolares</i></b>  | <b><i>Breve descripción de la actividad</i></b> | <b><i>Temporalización</i></b> |
|-------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|-------------------------------|
| Visita a un comercio local o centro comercial para observar |                                                 |                               |

|                                                                                                                      |  |  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|
| buenas prácticas de atención al cliente y punto de venta.                                                            |  |  |
| Taller práctico de comercio electrónico: creación de un micro-tienda online o simulación de venta en redes sociales. |  |  |
| Charla de un profesional del comercio o emprendedor local que comparta su experiencia sobre proyecto comercial real. |  |  |

#### **j) MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD**

Tal como se indica en el artículo 12.4 apartado 9 del DECRETO 25/2024, de 21 de noviembre, por el que se establece el currículo de los ciclos formativos de grado medio, correspondiente a la oferta de grado D y nivel 3 del Sistema de Formación Profesional, conducentes a la obtención del título de Técnico Superior, en la Comunidad de Castilla y León las programaciones deberán recoger las medidas de atención a la diversidad para el alumnado que las precisen, teniendo en cuenta los informes de evaluación psicopedagógica, así como los procesos de evaluación adecuados a las adaptaciones metodológicas, incluyendo la adaptación de los criterios y los procedimientos de evaluación cuando el ciclo formativo vaya a ser cursado por alumnado con necesidades educativas especiales o con algún tipo de discapacidad que garanticen su accesibilidad a las pruebas de evaluación.

En los primeros días de curso el tutor de grupo preguntará al alumnado sobre la existencia de Necesidades Educativas Especiales que requieran medidas de atención a la diversidad. En caso de existir alumnos con estas necesidades lo comunicará a la orientadora para que proceda a orientar la acción educativa en los relativo a adaptaciones que correspondan y al equipo educativo del grupo a fin de que lo tengan presente en su acción educativa.

Conforme al artículo 3 apartado 3 de la ORDEN EDU/1575/2024, de 23 de diciembre, por la que se regula el proceso de evaluación del alumnado que curse enseñanzas de grados D y E del sistema de formación profesional en la Comunidad de Castilla y León. El alumnado con discapacidad será evaluado con las adaptaciones de tiempo y medios apropiados a sus posibilidades y características, incluyendo el uso de sistemas de comunicación alternativos y la utilización de apoyos técnicos que faciliten el proceso de evaluación.

#### **k) PLANIFICACIÓN DE ACTIVIDADES DE RECUPERACIÓN DEL MÓDULO PROFESIONAL PENDIENTE DE SUPERACIÓN (modelo plan recuperación).**

Se establecerá una convocatoria de recuperación al finalizar el módulo en la que los alumnos que no hayan alcanzado los objetivos del proyecto puedan:

- Presentar un nuevo proyecto o una versión revisada del mismo, con plazos diferenciados.
- Realizar una prueba oral de defensa del proyecto que justifique su conocimiento de los contenidos y competencias.
- Entregar un informe complementario con tareas de mejora sobre los aspectos no alcanzados (por ejemplo, planificación, ejecución, evaluación).

En caso de no superar la convocatoria de recuperación, se seguirá lo establecido por el centro para la siguiente convocatoria extraordinaria (entrega, defensa, posible examen específico).

Se informará al alumnado al inicio del módulo del sistema de recuperación, plazos, criterios y efectos sobre su progresión.

**Propuesta de lista de retos que podría desarrollar el alumnado (trasversal entre varios módulos)**

Se decide desde el departamento la idoneidad de los proyectos propuestos.

Posibles retos interdisciplinarios que los estudiantes del ciclo podrían asumir como proyecto intermodular:

1. Apertura de una micro-tienda de barrio especializada (por ejemplo productos ecológicos) con presencia online.
2. Transformación digital de un punto de venta tradicional: incorporación de comercio electrónico, click & collect, redes sociales.
3. Implantación de un “pop-up store” temporal en el municipio para promocionar productos locales.
4. Diseño de una experiencia omni-canal para el cliente en un comercio (tienda física + tienda online + redes sociales).
5. Diseño de un sistema de fidelización digital para un comercio local y lanzamiento de campaña de marketing en redes sociales.
6. Proyecto de mejora del escaparate digital y físico de un comercio local, para aumentar visibilidad y venta.



**ANEXO I.**

**CONTENIDOS del MÓDULO PROFESIONAL**

|                                                                                                                                    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <i>UT 1: Presentación del módulo, metodología de proyectos, definición del reto, análisis del contexto</i>                         |
| <i>UT2: Estudio del entorno comercial: mercado, competencia, clientes, canales de venta</i>                                        |
| <i>UT 3: Diseño del proyecto: definición del negocio, objetivos, recursos, cronograma</i>                                          |
| <i>UT 4:Diseño continuo: marketing, atención al cliente, comercio electrónico, tecnología</i>                                      |
| <i>UT 5: Ejecución del proyecto: asignación de tareas, iniciación de actividades, uso de herramientas informáticas y digitales</i> |
| <i>UT 6: Ejecución del proyecto: seguimiento, control, resolución de incidencias, adaptación del plan</i>                          |
| <i>UT 7: Ejecución del proyecto: atención al cliente/comercio electrónico, ventas simuladas, análisis de datos</i>                 |
| <i>UT8: Evaluación y cierre del proyecto: indicadores de éxito, análisis de resultados, elaboración del informe final</i>          |
| <i>UT 9: Presentación y defensa del proyecto ante tribunal/empresa, feedback</i>                                                   |
| <i>Evaluación del proyecto</i>                                                                                                     |

**PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA DEL MÓDULO**  
**SOSTENIBILIDAD APLICADA AL SISTEMA**  
**PRODUCTIVO**  
**CURSO 26/27**



**Junta de  
Castilla y León**  
Consejería de Educación



**PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA DEL MÓDULO PROFESIONAL SOSTENIBILIDAD APLICADA AL  
SISTEMA PRODUCTIVO**

- a) INTRODUCCIÓN: CONCEPTUALIZACIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL MÓDULO.
- b) COMPETENCIAS PROFESIONALES ASOCIADAS, LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y CONTENIDOS.
- c) RESULTADOS DE APRENDIZAJE QUE PUEDEN SER DESARROLLADOS EN LA EMPRESA U ORGANISMO EQUIPARADO.
- d) SECUENCIACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN DE LAS UNIDADES DE TRABAJO.
- e) LA METODOLOGÍA DIDÁCTICA QUE SE VA A APLICAR.
- f) LOS PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE DEL ALUMNADO, RECOGIENDO LAS ACTUACIONES QUE SE LLEVARÁN A CABO PARA EVALUAR Y CALIFICAR LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJES, INCLUIDOS LOS QUE SE DESARROLLEN EN LA EMPRESA U ORGANISMO EQUIPARADO, Y LOS CRITERIOS DE CALIFICACIÓN DE LOS MÓDULOS Y EL PROCEDIMIENTO Y PLAZOS A SEGUIR PARA LA PRESENTACIÓN Y TRAMITACIÓN DE LAS RECLAMACIONES.
- g) EL NÚMERO MÁXIMO DE FALTAS DE ASISTENCIA NO JUSTIFICADAS O LAS ACTIVIDADES NO REALIZADAS QUE DETERMINARÁN LA IMPOSIBILIDAD DE APLICAR LA EVALUACIÓN CONTINUA Y EL PROCEDIMIENTO A SEGUIR PARA LA EVALUACIÓN DEL ALUMNADO EN ESTOS CASOS.
- h) LOS MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS Y REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.
- i) ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES.
- j) MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD.
- k) PLANIFICACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE RECUPERACIÓN DE LOS MÓDULOS PENDIENTES DE SUPERACIÓN (No en Cursos de Especialización).

**código 1708**

**a) INTRODUCCIÓN: CONCEPTUALIZACIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL MÓDULO.**

Identificación del Ciclo formativo al que pertenece el módulo profesional **Grado Medio en Actividades Comerciales**

Familia profesional a la que pertenece Comercio **Comercio y marketing**

Nivel del Ciclo Formativo **Grado superior. CINE-5b Nivel 1**

Duración del Ciclo Formativo **2000 horas**

Duración del módulo profesional **34 horas – 1 sesiones 50' semanales,**

**b) COMPETENCIAS PROFESIONALES ASOCIADAS, LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y CONTENIDOS.** (en articulado y Anexos de Reales Decretos que regulan el título)

**OBJETIVOS GENERALES**

La normativa no tiene asociado para el módulo de Sostenibilidad Aplicada al Sistema Productivo objetivos generales, como sí ocurre con otros módulos profesionales.

**Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación**



| Resultados de aprendizaje                                                                                                                                                                                                            | Criterios de evaluación                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Unidades de trabajo |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|
| <b>RA1.</b> 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. | <p>a) Se ha descrito el concepto de sostenibilidad, estableciendo los marcos internacionales asociados al desarrollo sostenible.</p> <p>b) Se han identificado los asuntos ambientales, sociales y de gobernanza que influyen en el desarrollo sostenible de las organizaciones empresariales.</p> <p>c) Se han relacionado los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) con su importancia para la consecución de la Agenda 2030.</p> <p>d) Se ha analizado la importancia de identificar los aspectos ASG más relevantes para los grupos de interés de las organizaciones relacionándolos con los riesgos y oportunidades que suponen para la propia organización.</p> <p>e) Se han identificado los principales estándares de métricas para la evaluación del desempeño en sostenibilidad y su papel en la rendición de cuentas que marca la legislación vigente y las futuras regulaciones en desarrollo.</p> <p>f) Se ha descrito la inversión socialmente responsable y el papel de los analistas, inversores, agencias e índices de sostenibilidad en el fomento de la sostenibilidad.</p> | 1, 2,3,5            |
| <b>RA2.</b> 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.                        | <p>a) Se han identificado los principales retos ambientales y sociales.</p> <p>b) Se han relacionado los retos ambientales y sociales con el desarrollo de la actividad económica.</p> <p>c) Se ha analizado el efecto de los impactos ambientales y sociales sobre las personas y los sectores productivos.</p> <p>d) Se han identificado las medidas y acciones encaminadas a minimizar los impactos ambientales y sociales.</p> <p>e) Se ha analizado la importancia de establecer alianzas y trabajar de manera transversal y coordinada para abordar con éxito los retos ambientales y sociales</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 1,5,6               |
| <b>RA3.</b> Establece la aplicación de criterios de sostenibilidad en el desempeño profesional y personal, identificando los elementos necesarios.                                                                                   | <p>a) Se han identificado los ODS más relevantes para la actividad profesional que realiza.</p> <p>b) Se han analizado los riesgos y oportunidades que representan los ODS.</p> <p>c) Se han identificado las acciones necesarias para atender algunos de los retos ambientales y sociales desde la actividad profesional y el entorno personal.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 2,3,4               |



|                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |   |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|
| <b>RA4.</b> Propón productos y servicios responsables teniendo en cuenta los principios de la economía circular.                                                                              | <p>a) Se ha caracterizado el modelo de producción y consumo actual.</p> <p>b) Se han identificado los principios de la economía verde y circular.</p> <p>c) Se han contrastado los beneficios de la economía verde y circular frente al modelo clásico de producción.</p> <p>d) Se han aplicado principios de ecodiseño.</p> <p>e) Se ha analizado el ciclo de vida del producto.</p> <p>f) Se han identificado los procesos de producción y los criterios de sostenibilidad aplicados.</p>                                                                                                                                                                                                                   | 4 |
| <b>RA5.</b> Realiza actividades sostenibles minimizando el impacto de las mismas en el medio ambiente.                                                                                        | <p>a) Se ha caracterizado el modelo de producción y consumo actual.</p> <p>b) Se han identificado los principios de la economía verde y circular.</p> <p>c) Se han contrastado los beneficios de la economía verde y circular frente al modelo clásico de producción.</p> <p>d) Se ha evaluado el impacto de las actividades personales y profesionales.</p> <p>e) Se han aplicado principios de ecodiseño.</p> <p>f) Se han aplicado estrategias sostenibles.</p> <p>g) Se ha analizado el ciclo de vida del producto.</p> <p>h) Se han identificado los procesos de producción y los criterios de sostenibilidad aplicados.</p> <p>i) Se ha aplicado la normativa ambiental.</p>                            | 4 |
| <b>RA6.</b> 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. | <p>a) Se han identificado los principales grupos de interés de la empresa.</p> <p>b) Se han analizado los aspectos ASG materiales, las expectativas de los grupos de interés y la importancia de los aspectos ASG en relación con los objetivos empresariales.</p> <p>c) Se han definido acciones encaminadas a minimizar los impactos negativos y aprovechar las oportunidades que plantean los principales aspectos ASG identificados.</p> <p>d) Se han determinado las métricas de evaluación del desempeño de la empresa de acuerdo con los estándares de sostenibilidad más ampliamente utilizados.</p> <p>e) Se ha elaborado un informe de sostenibilidad con el plan y los indicadores propuestos.</p> | 6 |

**a) RESULTADOS DE APRENDIZAJE QUE PUEDEN SER DESARROLLADOS EN LA EMPRESA U ORGANISMO EQUIPARADO**



Las empresas seleccionadas para la realización de la fase de formación en empresa serán

empresas de transporte de viajeros por carretera o en su defecto empresas de transporte de mercancías,. se ha seleccionado los RA 1, 3 y 6 como el más adecuados para desarrollar en la empresa de una forma totalmente práctica pensando en la aportación que nuestros alumnos también pueden hacer en sus empresas ya que los RAs seleccionados son compartidos con el centro. La superación de esta fase de formación se traducirá si ha sido apto en un 5 y ponderará un 15% en la nota total del módulo.

| Resultados de aprendizaje                                                                                                                                                                                                            | Unidad de trabajo |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
| <b>RA1.</b> 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. | <b>UT 1,2,3,5</b> |
| <b>RA3.</b> Establece la aplicación de criterios de sostenibilidad en el desempeño profesional y personal, identificando los elementos necesarios.                                                                                   | <b>UT 2,3,4</b>   |
| <b>RA6.</b> 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.                                        | <b>UT 6</b>       |

**d) SECUENCIACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN DE LAS UNIDADES DE TRABAJO** conforme a la ORDEN EDU/1347/2024 de 26 de noviembre por la que se concretan los aspectos específicos del currículo del ciclo formativo de Grado Superior de Marketing y Publicidad en la Comunidad de Castilla y León



|                          | <i><b>Título</b></i>                                     | <i><b>sesiones</b></i> |
|--------------------------|----------------------------------------------------------|------------------------|
| <b>PRIMER TRIMESTRE</b>  | <i>UT 0 : Presentación del Módulo</i>                    | <i>1</i>               |
|                          | <i>Ut.1 . La sostenibilidad y sus retos.</i>             | <i>4</i>               |
|                          | <i>UT 2. Las metas de la sostenibilidad . Los ODS</i>    | <i>3</i>               |
|                          | <i>UT 3. Empresa y medio ambiente . Los aspectos ASG</i> | <i>4</i>               |
|                          | <i>UT 4. Diseño y producción sostenibles.</i>            | <i>3</i>               |
| <b>SEGUNDO TRIMESTRE</b> | <i>UT 5. Midiendo la sostenibilidad.</i>                 | <i>3</i>               |
|                          |                                                          |                        |
|                          | <i>UT. 6. Plan de sostenibilidad y otros documentos.</i> | <i>3</i>               |
|                          | <i>Desarrollo del proyecto.</i>                          | <i>11</i>              |
|                          |                                                          | <b>32</b>              |

#### **e) LA METODOLOGÍA DIDÁCTICA QUE SE VA A APLICAR**

##### ***Métodos pedagógicos (estilos, estrategias y técnicas de enseñanza):***

Metodología.

La metodología aplicada buscará la consecución del objetivo primordial de la formación profesional: el saber hacer. Se logrará integrando aspectos científicos, técnicos y organizativos, con el fin de que el alumnado adquiera una visión global de los procesos productivos propios de la actividad profesional correspondiente. Para ello se empleará una metodología:

- Participativa, en la que el alumno sea el que marque la pauta de desarrollo de cada uno de los temas, a partir de sus propias iniciativas, interrogantes, dudas, etc. relacionados con el tema.
- Personalizada, en la medida que sea posible se atenderán las diferentes dificultades de aprendizaje de los alumnos.

El planteamiento general de este módulo es el siguiente:

- Al comienzo del curso, la profesora presentará a los alumnos la programación general del módulo. La explicación incluirá objetivos, contenidos, reglas de comportamiento, organización de actividades y procedimientos de evaluación y calificación.



- La profesora iniciará cada una de las unidades tratando de averiguar las ideas y conocimientos previos que posee el alumnado sobre los contenidos que hay que tratar y que son necesarios para abordar la nueva unidad. Además, se hará una introducción motivadora por parte de la profesora a la unidad de trabajo, dando una visión global de los contenidos, contextualizando los mismos dentro del esquema general del módulo y poniendo de manifiesto la utilidad de los nuevos aprendizajes en el mundo profesional.
- Posteriormente habrá una exposición oral por parte de la profesora de los contenidos (conceptuales y procedimentales) del apartado a tratar hasta la total comprensión y haciendo hincapié en los contenidos mínimos más importantes.
- A continuación, se llevarán a cabo actividades de enseñanza aprendizaje con el fin de consolidar y profundizar los contenidos y procedimientos. Además del material de Fundación Empresa Familiar, se apoyarán en el material facilitado por el profesor (apuntes, ejercicios y diapositivas),
- La profesora fomentará que los alumnos expongan sus dudas y sugerencias, posibilitando así su participación y buscando su motivación. Adicionalmente, se provocará a los alumnos para que desarrollen su capacidad crítica, alentándolos para que rebatan aquellos argumentos que no consideren adecuados y debatan explicaciones o procedimientos alternativos para solventar las cuestiones que se les planteen. En todo momento se fomentará el respeto hacia las opiniones de los demás compañeros.
- En el ámbito didáctico son muy importantes actividades tales como: recopilar en bibliografía, revistas técnicas, manuales, ayuda en línea, prensa e internet, información referente a la unidad de trabajo y saber manejarla, interpretarla para adquirir conocimientos y si procede exponer conclusiones al resto de compañeros/as. Esto último fomentará el desarrollo de las capacidades de comunicación y participación. En lo relativo al empleo de las TIC, cabe destacar que el desarrollo de los contenidos de este módulo precisa de la aplicación habitual de las estas tecnologías para la búsqueda y tratamiento de la información y cumplimentación de documentos, por lo que será necesario usar procesador de textos, hoja de cálculo y creador de presentaciones, y disponer de conexión a internet para consultar páginas de recursos relacionadas con los contenidos del módulo

**f) LOS PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE DEL ALUMNADO, RECOGIENDO LAS ACTUACIONES QUE SE LLEVARÁN A CABO PARA EVALUAR Y CALIFICAR LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJES, INCLUIDOS LOS QUE SE DESARROLLEN EN LA EMPRESA U ORGANISMO EQUIPARADO, Y LOS CRITERIOS DE CALIFICACIÓN DE LOS MÓDULOS Y EL PROCEDIMIENTO Y PLAZOS A SEGUIR PARA LA PRESENTACIÓN Y TRAMITACIÓN DE LAS RECLAMACIONES.**

**Principios de Evaluación.**

La evaluación tendrá un carácter **continuo** por lo que se realizará a lo largo de todo el proceso formativo del alumno, lo que permitirá guiar al alumno en dicho proceso, detectar errores en la



adquisición de habilidades y destrezas, y recuperar aquellos aspectos en los que se detecten deficiencias, de tal manera que se alcancen los objetivos previstos.

Los alumnos que no asistan regularmente a las clases y pierdan la evaluación continua serán evaluados de acuerdo con el procedimiento descrito posteriormente.

A lo largo del proceso formativo, se contemplan tres momentos de evaluación: evaluación inicial, evaluación formativa y evaluación final.

La evaluación inicial proporciona información de partida del alumno con la finalidad de orientar la intervención educativa adecuadamente, de forma que el proceso de enseñanza/aprendizaje pueda adquirir el carácter de individualización que se requiera en cada caso. En la evaluación inicial se utilizarán instrumentos tales como entrevistas, cuestionarios, observación directa, etc. para conocer al alumno (capacidades y habilidades, técnicas de trabajo, motivaciones e intereses). La evaluación formativa se realiza a lo largo del propio proceso de enseñanza aprendizaje. Aquí se evaluarán aspectos tales como: el progreso de cada alumno, la consecución de los resultados de aprendizaje y las dificultades halladas en el aprendizaje de los diferentes tipos de contenidos. La evaluación final representa el resultado del seguimiento y evaluación de todo el proceso formativo en el que se valorará la evolución positiva en el desarrollo personal y la consecución de los resultados de aprendizaje asistidos por los criterios de evaluación.

### ***Procedimientos de evaluación del aprendizaje del alumnado***

La evaluación será continua , y se adaptará a las diferentes metodologías de aprendizajes, deberá basarse en la comprobación de los resultados de aprendizaje en las condiciones de calidad establecidas por el currículo. (ORDEN EDU/1575/2024, de 23 de diciembre, por la que se regula el proceso de evaluación del alumnado que curse enseñanzas de grados D y E del sistema de formación profesional en la Comunidad de Castilla y León).

Las sesiones de evaluación serán 4: 2 sesiones parciales (primer y segundo trimestre) y 2 sesiones finales.

Para llevar a cabo el proceso de evaluación se combinarán distintos instrumentos de evaluación como son actividades y pruebas tanto teóricas como prácticas.

Se considerará que el alumno ha superado el módulo si obtiene una calificación igual o superior a 5 en TODOS los resultados de aprendizaje que forman parte del mismo, en cuyo caso, se calculará la calificación siguiendo el porcentaje asignado a cada uno de los resultados de aprendizaje. Todo ello, al objeto de garantizar la verificación de la adquisición de los resultados de aprendizaje .

Instrumentos de evaluación y forma de calificación:

Las pruebas escritas , en la que se indicará la puntuación por pregunta .

Se podrán realizar trabajos, tareas y actividades, individuales y en grupo, que tendrán que entregar a través del Teams, estas se calificarán utilizando rúbricas .



Para los resultados de aprendizaje realizados en las empresas, se tendrá en cuenta el INFORME DE SEGUIMIENTO Y VALORACIÓN DEL TUTOR DUAL DE EMPRESA U ORGANISMO EQUIPARADO, la calificación será obtenida a partir de la valoración del tutor dual de empresa .

#### Evaluaciones parciales (1ª y 2ª evaluación)

Se tendrán en cuenta las unidades de trabajo vistas en cada evaluación y el porcentaje de resultados de aprendizaje vistos en ese momento, siguiendo los criterios citados anteriormente (calificación igual o superior a 5 en los resultados de aprendizaje).

#### Evaluaciones finales

Para la primera evaluación final se tendrán en cuenta todas las unidades de trabajo y resultados de aprendizaje.

Para la segunda evaluación final se evaluarán todos los resultados de aprendizaje , y para la superación del módulo profesional será necesario la superación de todos los RA , con una nota igual o superior a 5.

#### Ausencia de asistencia a exámenes

En caso de que un alumno falte a la realización de una prueba de evaluación o de recuperación, el profesor podrá plantear la realización de otra prueba en días posteriores si hay plazo para ello y siempre que el alumno haya faltado por causa justificada y debidamente certificadas con justificante médico o de organismo oficial. No será válido cualquier otro justificante (de padres, empresas, del alumno...). En caso de no presentar justificante valido, la prueba constará como no realizada y computará con una nota de 0 para la obtención de la nota de evaluación

#### *Tramitación de las reclamaciones.*

Según acuerdo de departamento de fecha 22 de septiembre de 2026.

#### **g) EL NÚMERO MÁXIMO DE FALTAS DE ASISTENCIA NO JUSTIFICADAS O LAS ACTIVIDADES NO REALIZADAS QUE DETERMINARÁN LA IMPOSIBILIDAD DE APLICAR LA EVALUACIÓN CONTINUA Y EL PROCEDIMIENTO A SEGUIR PARA LA EVALUACIÓN DEL ALUMNADO EN ESTOS CASOS.**

Según el artículo 2, apartado 6 de ORDEN EDU/1575/2024, de 23 de diciembre, por la que se regula el proceso de evaluación del alumnado que curse enseñanzas de grados D y E del sistema de formación profesional en la Comunidad de Castilla y León, en las enseñanzas presenciales la evaluación continua del proceso formativo requiere **la asistencia regular a las actividades lectivas programadas** en los distintos módulos en los que se encuentre matriculado el alumnado. El número de faltas de asistencia que determina la imposibilidad de realizar la evaluación continua vendrá determinado en las correspondientes programaciones didácticas en las que se establecerá para ese caso el procedimiento de evaluación.



Según artículo 12 apartado 4. a) 6.º del DECRETO 24/2024, de 21 de noviembre, por el que se establece el currículo de los ciclos formativos de grado superior, correspondiente a la oferta de grado D y nivel 3 del Sistema de Formación Profesional, conducentes a la obtención del título de Técnico Superior, en la Comunidad de Castilla y León, las programaciones recogerán el **número máximo de faltas de asistencia no justificadas o las actividades no realizadas** que determinarán la imposibilidad de aplicar la evaluación continua y el procedimiento a seguir para la evaluación del alumnado en esos casos.

El alumno que falte a **5 sesiones** (15% de 34 horas=5,1) que corresponden a las horas totales del módulo) pierde el derecho a la evaluación continua. Esta situación implica que el profesor no tiene elementos de juicio suficientes para valorar los contenidos del módulo en su conjunto, es decir no hay una continuidad en la evaluación.

Son faltas justificadas las recogidas como tal en el RRI o en su defecto enfermedad (parte médico), citas médicas, citaciones judiciales, autorización para actividades oficiales del centro y fallecimiento de familiares (con documentación). Quiero recalcar que otras causas (trabajar para la familia, cuidar hermanos regularmente) no se consideran justificadas salvo excepcional justificación y valoración por Servicios Sociales.

La no realización de las tareas obligatorias que así se indiquen y que correspondan al 15% de los RAs supondrá la pérdida del derecho a la evaluación continua.

La pérdida de evaluación continua no supone la prohibición de asistir a clase, realizar actividades y tareas o presentarse a los exámenes parciales o de evaluación. El profesor, de hecho, recomienda asistir a clase y seguir en todo lo posible el ritmo normal del grupo (trabajos, actividades, exámenes) pues todo ello ayudará a ir preparando la materia.

Serán evaluados de la siguiente forma:

La evaluación del alumnado que ha perdido la evaluación continua consistirá en la realización de una prueba escrita (100% de la nota final) que incluirá todos los contenidos del módulo y tomará como referencia los criterios de evaluación, dicha prueba tendrá lugar en primera evaluación final.

En caso de no obtener una calificación de 5 puntos o superior, el alumno deberá presentarse a la convocatoria de segunda evaluación final con la totalidad de los RA. En esta convocatoria su evaluación consistirá en la realización de una prueba escrita (100% de la nota final) que incluirá todos los contenidos del módulo y tomará como referencia los criterios de evaluación. En ella se especificarán claramente los criterios de calificación. La calificación deberá ser 5 puntos o superior para aprobar el módulo.

#### **i) ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES.**

| <b><i>Actividades<br/>complementarias y<br/>extraescolares</i></b> | <b><i>Breve descripción de la actividad</i></b> | <b><i>Temporalización</i></b> |
|--------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|-------------------------------|
|--------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|-------------------------------|



|                                     |                                                                                                                                                                                                                                                      |        |
|-------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| CONOCEMOS A<br>NUESTRAS<br>EMPRESAS | Jornadas celebradas en el centro educativo con importantes empresas que operan en la zona y suponen un acercamiento directo al tejido empresarial local.                                                                                             | Un día |
| VISITA A BURGOS                     | Se realizará una visita a BURGOS siempre que haya un mínimo de alumnos (según RRI) mi grupo visitará el ITCL para ver los proyectos de I+D+I y sus proyectos de cooperación con las empresas de Cyl. La visita se realizará antes del periodo de FFE | Un día |
| VISITA EMPRESA<br>LOCAL             | Visita empresas tecnológicamente y medioambientalmente relevantes, como LABORATORIOS 3D.                                                                                                                                                             | Un día |

#### **j) MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD**

Nos remitimos al registro de actuaciones generales de intervención educativa, facilitado, por el Dpto. De Orientación y acordado por el equipo docente

#### **k) PLANIFICACIÓN DE ACTIVIDADES DE RECUPERACIÓN DEL MÓDULO PROFESIONAL PENDIENTE DE SUPERACIÓN (modelo plan recuperación).**

No hay alumnos de cursos anteriores con la materia pendiente.



| EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN.              |                          |     |     |     |     |     |       |            |                                                                         |       |           |
|-----------------------------------------|--------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-------|------------|-------------------------------------------------------------------------|-------|-----------|
| RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y PONDERACIÓN |                          |     |     |     |     |     |       |            |                                                                         |       |           |
| RA                                      | PONDERACIÓN<br>RA MÓDULO | UT1 | UT2 | UT3 | UT4 | UT5 | UT 6. | EVALUACIÓN | INSTRUMENTOS                                                            | % FFE | % CENTRO. |
| 1                                       | 20                       | 5   | 5   | 5   |     | 5   |       | 1,2        | Prueba escrita,<br>trabajos , tareas y /o<br>actividades,<br>proyectos. | 5%    | 95%       |
| 2                                       | 20                       | 7   |     |     |     | 7   | 6     | 1,2        | Prueba escrita,<br>trabajos , tareas y /o<br>actividades,<br>proyectos. | -     | 100%      |
| 3                                       | 20                       |     | 10  | 5   | 5   |     |       | 1,2        | Prueba escrita,<br>trabajos , tareas y /o<br>actividades,<br>proyectos. | 5%    | 95%       |
| 4                                       | 15                       |     |     |     | 15  |     |       | 2          | Prueba escrita,<br>trabajos , tareas y /o<br>actividades,<br>proyectos. | -     | 100%      |
| 5                                       | 15                       |     |     |     | 15  |     |       | 2          | Prueba escrita,<br>trabajos , tareas y /o                               | -     | 100%      |



|   |    |  |  |  |  |  |    |   |                                                                         |    |     |
|---|----|--|--|--|--|--|----|---|-------------------------------------------------------------------------|----|-----|
|   |    |  |  |  |  |  |    |   | actividades,<br>proyectos.                                              |    |     |
| 6 | 10 |  |  |  |  |  | 10 | 2 | Prueba escrita,<br>trabajos , tareas y /o<br>actividades,<br>proyectos. | 5% | 95% |

#### EVALUACIÓN PRIMERA FINAL

##### Alumnos que NO han superado todos los RA en las evaluaciones parciales

En esta evaluación se evaluarán todos los RA

Una vez superados los RA, la nota final se calculará con la ponderación establecida para cada RA

Es necesario obtener una calificación mínima de un 5 en cada RA para aprobar. Si algún RA no se puede impartir/evaluar, la ponderación se reajustará de forma equilibrada entre los RA impartidos.

| RA    | PONDERACIÓN | INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN                                           |
|-------|-------------|----------------------------------------------------------------------|
| RA1   | 20          | Prueba escrita y /o supuesto práctico (100%) (UT1, UT 2, UT 3 UT 5 ) |
| RA2   | 20          | Prueba escrita y/o supuesto práctico(100%) (UT1 UT 5 UT 6)           |
| RA3   | 20          | Prueba escrita y /o supuesto práctico (100%) (UT2 UT3 UT 4 )         |
| RA4   | 15          | Prueba escrita y/o supuesto práctico (100%) (UT 4)                   |
| RA5   | 15          | Prueba escrita y/o supuesto práctico (100%) (UT 4)                   |
| RA6   | 10          | Prueba escrita y/o supuesto práctico (100%) (UT 6)                   |
| TOTAL | 100%        |                                                                      |



### EVALUACIÓN SEGUNDA FINAL

#### Alumnos que NO han superado todos los RA en la evaluación primera final

En esta evaluación se evaluarán todos los RA

Una vez superados los RA, la nota final se calculará con la ponderación establecida para cada RA

Es necesario obtener una calificación mínima de un 5 en cada RA para aprobar. Si algún RA no se puede impartir/evaluar, la ponderación se reajustará de forma equilibrada entre los RA impartidos

| RA    | PONDERACIÓN | INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN                                           |
|-------|-------------|----------------------------------------------------------------------|
| RA1   | 20          | Prueba escrita y /o supuesto práctico (100%) (UT1, UT 2, UT 3 UT 5 ) |
| RA2   | 20          | Prueba escrita y/o supuesto práctico(100%) (UT1 UT 5 UT 6)           |
| RA3   | 20          | Prueba escrita y /o supuesto práctico (100%) (UT2 UT3 UT 4 )         |
| RA4   | 15          | Prueba escrita y/o supuesto práctico (100%) (UT 4)                   |
| RA5   | 15          | Prueba escrita y/o supuesto práctico (100%) (UT 4)                   |
| RA6   | 10          | Prueba escrita y/o supuesto práctico (100%) (UT 6)                   |
| TOTAL | 100%        |                                                                      |



**ANEXO I.**

**CONTENIDOS del MÓDULO PROFESIONAL**

La normativa no establece contenidos para este módulo, así que se concretan a partir de los RA y los criterios de evaluación.

# **PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA DEL MÓDULO**

## ***INICIACIÓN AL COMERCIO INTERNACIONAL Y***

### ***AL TRANSPORTE DE MERCANCÍAS***

#### **DE COM01M**



**Junta de  
Castilla y León**  
Consejería de Educación

- a) INTRODUCCIÓN: CONCEPTUALIZACIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL MÓDULO.
- b) COMPETENCIAS PROFESIONALES ASOCIADAS, LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y CONTENIDOS.
- c) RESULTADOS DE APRENDIZAJE QUE PUEDEN SER DESARROLLADOS EN LA EMPRESA U ORGANISMO EQUIPARADO.
- d) SECUENCIACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN DE LAS UNIDADES DE TRABAJO.
- e) LA METODOLOGÍA DIDÁCTICA QUE SE VA A APLICAR.
- f) LOS PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE DEL ALUMNADO, RECOGIENDO LAS ACTUACIONES QUE SE LLEVARÁN A CABO PARA EVALUAR Y CALIFICAR LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJES, INCLUIDOS LOS QUE SE DESARROLLEN EN LA EMPRESA U ORGANISMO EQUIPARADO, Y LOS CRITERIOS DE CALIFICACIÓN DE LOS MÓDULOS Y EL PROCEDIMIENTO Y PLAZOS A SEGUIR PARA LA PRESENTACIÓN Y TRAMITACIÓN DE LAS RECLAMACIONES.
- g) EL NÚMERO MÁXIMO DE FALTAS DE ASISTENCIA NO JUSTIFICADAS O LAS ACTIVIDADES NO REALIZADAS QUE DETERMINARÁN LA IMPOSIBILIDAD DE APLICAR LA EVALUACIÓN CONTINUA Y EL PROCEDIMIENTO A SEGUIR PARA LA EVALUACIÓN DEL ALUMNADO EN ESTOS CASOS.
- h) LOS MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS Y REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.
- i) ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES.
- j) MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD.
- k) PLANIFICACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE RECUPERACIÓN DE LOS MÓDULOS PENDIENTES DE SUPERACIÓN (No en Cursos de Especialización).



**PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA DEL MÓDULO PROFESIONAL**

***INICIACIÓN AL COMERCIO INTERNACIONAL Y AL TRANSPORTE DE MERCANCÍAS***

***Código CL2202***

**a) INTRODUCCIÓN: CONCEPTUALIZACIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL MÓDULO.**

**Identificación del Ciclo formativo al que pertenece el módulo profesional Grado medio de Actividades Comerciales COM01M**

**Familia profesional a la que pertenece Comercio y marketing**

**Nivel del Ciclo Formativo Grado Medio. Grado D, Nivel 2**

**Duración del Ciclo Formativo 2000 horas**

**Duración del módulo profesional 54 horas – 3 sesiones 50' semanales es el horario semanal del módulo, en estas horas están incluidos los periodos vacacionales, el periodo de FFE, así como compromisos de centro, excursiones, exámenes y evaluaciones.**

**b) COMPETENCIAS PROFESIONALES ASOCIADAS, LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y CONTENIDOS. (en articulado y Anexos de Reales Decretos que regulan el título)**

Desarrollar actividades de distribución y comercialización de bienes y/o servicios, y en gestionar un pequeño establecimiento comercial, aplicando las normas de calidad y seguridad establecidas y respetando la legislación vigente.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales del ciclo formativo, d), n), q), r), u), v), x), y las competencias c), d), e), g), h), k), n) del título.

**c) RESULTADOS DE APRENDIZAJE QUE PUEDEN SER DESARROLLADOS EN LA EMPRESA U ORGANISMO EQUIPARADO (verificar con ANEXO II del Plan de Formación de FFE según ORDEN EDU/173/2025, de 20 de febrero, por la que se desarrolla la formación en empresa u organismo equiparado, para las ofertas de formación profesional de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad de Castilla y León)**

Las empresas seleccionadas para la realización de la fase de formación en empresa serán empresas de distribución, logística, marketing y comercio en general. En cualquier caso, la superación de esta fase de formación se traducirá si ha sido apto en un 5 y ponderará un 5% en la nota total del módulo.



| Resultados de aprendizaje                                                                                                                                                                                                                    | Unidad de trabajo    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|
| RA 3 Comprende y analiza aspectos básicos relacionados con la gestión del transporte de mercancías por carretera: contratación, normativa de conducción y descanso, costes y confecciona rutas sencillas mediante aplicaciones informáticas. | Unidad 2<br>Unidad 3 |
| RA 8 Desarrolla estrategias iniciales de marketing internacional para la entrada de productos en mercados exteriores.                                                                                                                        | Unidad 6             |

**d) SECUENCIACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN DE LAS UNIDADES DE TRABAJO** conforme a la ORDEN EDU/1365/2024 de 26 de noviembre por la que se concretan los aspectos específicos del currículo del ciclo formativo de Grado Medio en Actividades Comerciales en la Comunidad de Castilla y León

|                                | <i><b>Título</b></i>                                                                         | <i><b>Fechas y sesiones</b></i> |
|--------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|
| <b>PRIMER TRIMESTRE</b>        | <i>Presentación ciclo y modulo. Debate</i>                                                   | 8                               |
|                                | <i>UT 1: Iniciación al Sector de Transporte de mercancías</i>                                | 8                               |
|                                | <i>UT 2: Fundamentos del Transporte por carretera de mercancías</i>                          | 10                              |
| <b>SEGUNDO TRIMESTRE</b>       | <i>UT 3: Organismos y sistemas de información relacionados con el comercio internacional</i> | 8                               |
|                                | <i>UT 4: Reconocimiento de las distintas barreras al comercio internacional</i>              | 8                               |
| <b>TERCER TRIMESTRE</b>        | <i>UT 5: Reconocimiento de las distintas barreras al comercio internacional</i>              | 8                               |
|                                | <i>UT 6: Introducción al marketing internacional</i>                                         | 4                               |
|                                | <i>TOTAL, HORAS DOCENCIA DIRECTA EN AULA</i>                                                 | 54                              |
|                                | <i>FFE Y PROYECTO</i>                                                                        | 10                              |
| <b><i>Durante el curso</i></b> | <i>Compromisos de centro, evaluaciones.</i>                                                  | 5                               |
| <b><i>Durante el curso</i></b> | <i>Huelgas, excursiones, charlas.</i>                                                        | 5                               |



|                                       |                                                                                            |   |
|---------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|---|
| <b>Pruebas objetivas y revisiones</b> | 2 horas 1ª ev + 1 h revisión<br>2 horas 2ª ev + 1h revisión<br>2 horas 3ª ev + 1h revisión | 9 |
|---------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|---|

**e) LA METODOLOGÍA DIDÁCTICA QUE SE VA A APLICAR**

***Métodos pedagógicos (estilos, estrategias y técnicas de enseñanza):***

**Metodología.**

Se seguirá una metodología adaptada a las características del alumnado y a la naturaleza del módulo, para que el alumno/a pueda construir su propio aprendizaje y lo ponga en práctica en su vida profesional.

Principios metodológicos.

Se trata de facilitar el trabajo autónomo del alumnado, potenciar las técnicas de investigación, así como la transferencia de lo aprendido a la vida real, mediante un método activo participativo.

La metodología que se emplea en la presente unidad es variada:

- a) Aprendizaje basado en problemas y proyectos.
- b) Aprendizaje significativo donde integramos contenidos de otros módulos y de unidades anteriores al o largo del curso.
- c) El trabajo cooperativo a través de prácticas, ponencias y proyectos.
- d) Aprender a aprender dejando espacio para el aprendizaje autónomo o entre iguales.
- e) Expositiva que se reducirá a las introducciones de contenido para situar al alumno e

La metodología se adaptará a las necesidades a lo largo del curso, de acuerdo con las características del alumnado.

Se podrá requerir para la realización de prácticas y/o controles la utilización de equipos informáticos (portátiles, notebooks, tablets, etc)

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar las funciones de gestión económica y financiera de la empresa.

Se potenciará la realización de actividades en equipo y colaborativas en las que el alumnado aprenda a poner en valor las competencias profesionales que va adquiriendo mediante el desarrollo de simulaciones de situaciones reales de empresa. De esta forma, las prácticas que realice el alumnado estarán, en la medida de lo posible, contextualizadas en la empresa y responderán a las necesidades que las empresas tienen de contar con personal cualificado profesionalmente con dominio de destrezas organizativas y colaborativas.

En estas actividades se valorará la capacidad del alumnado de trabajar en equipo y cooperativamente. Para facilitar el trabajo y la colaboración entre los miembros de cada equipo, se propondrá el uso de herramientas tecnológicas especialmente destinadas a ello.



***Tipos de agrupamientos y organización de tiempos y espacios:***

Adaptado y variado según cada actividad o proyecto, se especificará el agrupamiento que podrá ser todo el grupo, grupos, parejas o individual.

**f) LOS PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE DEL ALUMNADO, RECOGIENDO LAS ACTUACIONES QUE SE LLEVARÁN A CABO PARA EVALUAR Y CALIFICAR LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJES, INCLUIDOS LOS QUE SE DESARROLLEN EN LA EMPRESA U ORGANISMO EQUIPARADO, Y LOS CRITERIOS DE CALIFICACIÓN DE LOS MÓDULOS Y EL PROCEDIMIENTO Y PLAZOS A SEGUIR PARA LA PRESENTACIÓN Y TRAMITACIÓN DE LAS RECLAMACIONES.**

***Procedimientos de evaluación del aprendizaje del alumnado***

**Principios de Evaluación.**

La evaluación se realizará tomando como referencia los objetivos, expresados en resultados de aprendizaje, y los criterios de evaluación de cada uno de los módulos profesionales, así como los objetivos generales del ciclo formativo. La evaluación del aprendizaje del alumnado es continua, a lo largo del proceso formativo. Se tendrá en cuenta la madurez académica, profesional y las posibilidades de inserción en el mercado laboral.

A lo largo del proceso formativo, se contemplan tres momentos de evaluación: evaluación inicial, evaluación formativa y evaluación final.

La **evaluación inicial** proporciona información de partida del alumno con la finalidad de orientar la intervención educativa adecuadamente, de forma que el proceso de enseñanza/aprendizaje pueda adquirir el carácter de individualización que se requiera en cada caso. En virtud de este diagnóstico se concretarán la metodología didáctica y las medidas de atención a la diversidad.

La **evaluación formativa** se realiza a lo largo del propio proceso de enseñanza aprendizaje. Aquí se evaluarán aspectos tales como: el progreso de cada alumno, la consecución de los resultados de aprendizaje y las dificultades halladas en el aprendizaje de los diferentes tipos de contenidos.

La **evaluación final** representa el resultado del seguimiento y evaluación de todo el proceso formativo en el que se valorará la evolución positiva en el desarrollo personal y la consecución de los resultados de aprendizaje asistidos por los criterios de evaluación.

En Formación Profesional el objetivo de la evaluación es conocer si el alumno ha alcanzado los resultados de aprendizaje y los criterios de evaluación de los que están compuesto el módulo, con la finalidad de valorar si dispone de la competencia profesional que acredita el Título. Teniendo en cuenta la ORDEN EDU/1575/2024, de 23 de diciembre, por la que se regula el proceso de evaluación del alumnado que curse enseñanzas de grados D y E del sistema de



formación profesional en la Comunidad de Castilla y León **la evaluación del módulo será continua.**

#### **Instrumentos de Evaluación.**

Se busca una evaluación lo más diversificada, integral y formativa posible, optaremos por utilizar diferentes procedimientos e instrumentos que permitirán la integración de todas las competencias en un marco de evaluación coherente.

Los instrumentos de evaluación sirven para obtener la información necesaria para realizar la evaluación y ver el nivel de logro de cada alumno en cada uno de los CE.

- Prueba objetiva parcial de la unidad
- Preguntas y debates.
- Actividades de aula
- Participación en clase
- Tareas grupales

#### ***Criterios de calificación de los módulos***

#### **Instrumentos y criterios de calificación.**

Se realizarán tres sesiones de evaluación parcial en la fecha que estime el centro docente. Además de éstas, se llevará a cabo una sesión de evaluación final.

Los instrumentos de calificación empleados serán escalas de valoración, test y rúbricas y se concretan en las actividades de evaluación.

Cada instrumento de evaluación se valorará sobre diez y tendrá una ponderación en la nota final de la evaluación. Las pruebas objetivas deberán tener una calificación mínima de cinco para hacer media con el resto de los instrumentos de evaluación cuya media también deberá ser como mínimo un cinco.

El resultado de aprendizaje deberá tener una calificación mínima de cinco para hacer media con el resto de los resultados de aprendizaje que se evalúen en el trimestre.

Para el cálculo de la calificación de cada sesión de evaluación se ponderará las notas correspondientes a la evaluación de la competencia profesional del alumnado (parte específica del módulo profesional) con la siguiente ponderación.

Se llevarán a cabo trabajos / prácticas individuales a lo largo de cada trimestre, debiendo enviarse vía telemática al docente. Todas estas prácticas de diferente índole tendrán un peso en la nota final del **50%**. Con ellas se trabajarán todos los contenidos que relacionan los resultados de aprendizaje con sus criterios de evaluación para poder calificarlos.

Se realizará al menos una prueba objetiva escrita durante cada trimestre que tendrá un peso en la nota final del trimestre de un **40%**, resultado de la media de todas las pruebas objetivas que se realicen durante cada trimestre. El número de ellas variará en función del tipo de contenido de cada unidad.

Asimismo, la nota obtenida por cada alumno o alumna en la evaluación de su competencia profesional y para la empleabilidad será ponderada en un **10 %**. Para el cálculo de dicha nota se aplicarán los siguientes criterios que quedan recogidos en la siguiente tabla:



| Criterios comunes para la calificación de las competencias profesionales y para la empleabilidad |                                                                                                                        |      |      |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|------|
|                                                                                                  | Ítem a medir                                                                                                           | %    | Nota |
| 1                                                                                                | Muestra interés por la materia, se observa buen comportamiento y trabaja en clase                                      | 25%  |      |
| 2                                                                                                | Trabaja regularmente, elabora las actividades planteadas en tiempo y forma                                             | 25%  |      |
| 3                                                                                                | Utiliza técnicas de trabajo aprendidas para, con sentido crítico, adquirir nuevos conocimientos y/o resolver problemas | 25%  |      |
| 4                                                                                                | Comprende y expresa con corrección, oralmente y por escrito, textos y mensajes complejos                               | 25%  |      |
| Total                                                                                            |                                                                                                                        | 100% |      |

La calificación final de cada sesión de evaluación incluirá las notas de las pruebas PEC, las notas de los exámenes y la nota obtenida de las competencias profesionales y para la empleabilidad.

Si un alumno o alumna no acude a clase de forma permanente, no entrega actividades y no se presenta a las pruebas PEC se calificará como alumno “No presentado (NP)” constando como evaluación o módulo no superado (según aplique).

#### **Ausencia de asistencia a exámenes**

En caso de que un alumno falte a la realización de una prueba global de evaluación o de recuperación, el profesor podrá plantear la realización de otra prueba en día posterior si, a su juicio, hay plazo para ello (es decir, si no ha pasado la fecha de evaluación) y siempre que el alumno haya faltado por causas de fuerza mayor, debidamente certificadas con justificante médico o de organismo oficial. No será válido cualquier otro justificante (de padres, empresas, del alumno...). No se repetirán en ningún caso los exámenes parciales. En caso de no presentar un justificante médico o de organismo oficial, la prueba constará como no realizada y computará con una nota de 0 para la obtención de la nota de evaluación.

#### ***Plazos a seguir para la presentación y tramitación de las reclamaciones.***

Recogido en acuerdo de departamento de fecha 22/09/2026 e incluido en la programación del departamento de comercio y marketing.



**g) EL NÚMERO MÁXIMO DE FALTAS DE ASISTENCIA NO JUSTIFICADAS O LAS ACTIVIDADES NO REALIZADAS QUE DETERMINARÁN LA IMPOSIBILIDAD DE APLICAR LA EVALUACIÓN CONTINUA Y EL PROCEDIMIENTO A SEGUIR PARA LA EVALUACIÓN DEL ALUMNADO EN ESTOS CASOS.**

Según el artículo 2, apartado 6 de ORDEN EDU/1575/2024, de 23 de diciembre, por la que se regula el proceso de evaluación del alumnado que curse enseñanzas de grados D y E del sistema de formación profesional en la Comunidad de Castilla y León, en las enseñanzas presenciales la evaluación continua del proceso formativo requiere **la asistencia regular a las actividades lectivas programadas** en los distintos módulos en los que se encuentre matriculado el alumnado. El número de faltas de asistencia que determina la imposibilidad de realizar la evaluación continua vendrá determinado en las correspondientes programaciones didácticas en las que se establecerá para ese caso el procedimiento de evaluación.

Según artículo 12 apartado 4. a) 6.º del DECRETO 24/2024, de 21 de noviembre, por el que se establece el currículo de los ciclos formativos de grado superior, correspondiente a la oferta de grado D y nivel 3 del Sistema de Formación Profesional, conducentes a la obtención del título de Técnico Superior, en la Comunidad de Castilla y León, las programaciones recogerán el **número máximo de faltas de asistencia no justificadas o las actividades no realizadas** que determinarán la imposibilidad de aplicar la evaluación continua y el procedimiento a seguir para la evaluación del alumnado en esos casos.

El alumno que falte a **6 sesiones (10% de 54 horas=5,4 horas que corresponden a las horas totales del módulo)** pierde el derecho a la evaluación continua. Esta situación implica que el profesor no tiene elementos de juicio suficientes para valorar los contenidos del módulo en su conjunto, es decir no hay una continuidad en la evaluación.

Son faltas justificadas las recogidas como tal en el RRI o en su defecto enfermedad (parte médico), citas médicas, citaciones judiciales, autorización para actividades oficiales del centro y fallecimiento de familiares (con documentación). Quiero recalcar que otras causas (trabajar para la familia, cuidar hermanos regularmente) no se consideran justificadas salvo excepcional justificación y valoración por Servicios Sociales.

La no realización de las tareas obligatorias que así se indiquen y que correspondan al 15% de los RAs supondrá la pérdida del derecho a la evaluación continua.

La pérdida de evaluación continua no supone la prohibición de asistir a clase, realizar actividades y tareas o presentarse a los exámenes parciales o de evaluación. El profesor, de hecho, recomienda asistir a clase y seguir en todo lo posible el ritmo normal del grupo (trabajos, actividades, exámenes) pues todo ello ayudará a ir preparando la materia.

Serán evaluados de la siguiente forma:

La evaluación del alumnado que ha perdido la evaluación continua consistirá en la realización de una prueba escrita (50% de la nota final) y la realización de las tareas desarrolladas durante el curso que el docente le indique en el plan de recuperación (50% de la nota final) que incluirán



todos los contenidos del módulo y tomará como referencia los criterios de evaluación, dicha prueba tendrá lugar en primera evaluación final.

En caso de no obtener una calificación de 5 puntos o superior, el alumno deberá presentarse a la convocatoria de segunda evaluación final con la totalidad de los RAs no superados. En esta convocatoria su evaluación consistirá en la realización de una prueba escrita (100% de la nota final) que incluirá todos los contenidos del módulo y tomará como referencia los criterios de evaluación. En ella se especificarán claramente los criterios de calificación. La calificación deberá ser 5 puntos o superior para aprobar el módulo.

#### **h) LOS MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS Y REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

Se seguirá el texto de editorial Marcombo “Transporte Internacional de Mercancías” de Francisco Lobato y el texto de editorial Alfaomega “Manual de Transporte para el Comercio Internacional” de Cristina Peña Andrés. Para determinados contenidos no incluidos en los manuales anteriores, se entregará a los alumnos documentos propios que los desarrollan.

Otros recursos didácticos:

- Ordenadores
- Internet. Manejo de diferentes páginas web.
- Programas informáticos.
- Bibliografía de aula: según el tema a tratar se recomendará el manejo de textos concretos.
- Dispositivo de proyección sobre pantalla.
- Presentaciones, etc.

#### **i) ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES.**

Recogidas en acuerdo de departamento de fecha 22/09/2026 e incluido en la programación del departamento de comercio y marketing. Además de las actividades programadas conjuntamente por el departamento se realizarán en el marco de la actividad docente del módulo las siguientes:

| <b><i>Actividades complementarias y extraescolares</i></b> | <b><i>Breve descripción de la actividad</i></b>                                                                                                                                                                                              | <b><i>Temporalización</i></b> |
|------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|
| Proyecto de centro: PLAN DE FOMENTO DE LA LECTURA          | <b>La noticia de la semana</b> , cada viernes un alumno deberá presentar al resto de la clase una noticia relevante para nuestro módulo, actualizada y contrastada con fuentes fiables que previamente habrá sido aprobada por la profesora. | Semanal                       |



|                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                         |
|--------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|
| PROYECTO AULA-EMPRESA                | Se propone un proyecto conjunto con el GM de actividades comerciales que incluye el diseño y ejecución de un proyecto de visual merchandising para una empresa local.                                                                                                                                              | Durante el 2 trimestre                  |
| VISITA EMPRESA LOCAL                 | Visita a medio de comunicación y/o departamento de marketing o agencia de publicidad, el departamento de marketing/publicidad explicará formatos y actuaciones relacionadas con el marketing mix: Departamento de marketing de Cobreros y/o TV Benavente, Benavente digital, la opinión o T&D publicidad o similar | Un día                                  |
| CHARLAS, PONENCIAS, CURSOS o similar | Se realizarán charlas, ponencias, cursos o similar presenciales u online en el aula en horario de clase siempre que sean coherentes al módulo y refuercen el aprendizaje del alumno.                                                                                                                               | Momentos puntuales a lo largo del curso |

**j) MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD**

Recogido en acuerdo de departamento de fecha 22/09/2026 e incluido en la programación del departamento de comercio y marketing.

**k) PLANIFICACIÓN DE ACTIVIDADES DE RECUPERACIÓN DEL MÓDULO PROFESIONAL PENDIENTE DE SUPERACIÓN (modelo plan recuperación).**

No hay alumnos de cursos anteriores con la materia pendiente.



Resultados de aprendizaje y Criterios de Evaluación según Real Decreto 1688/2011 de 4 de noviembre, por el que se establece el Título de Técnico en Actividades Comerciales y se fijan sus enseñanzas mínimas

| <i><b>Resultados de Aprendizaje</b></i>                                                                                                                                                                  | <i><b>Criterios de Evaluación</b></i> | <i><b>Contenidos</b></i> | <i><b>Peso (%)</b></i> | <i><b>Instrumento de evaluación</b></i> | <i><b>Agente evaluador</b></i> |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------|------------------------|-----------------------------------------|--------------------------------|
| <b>RA1</b> Identifica los diferentes modos de transporte de mercancías, analizando sus características, ventajas e inconvenientes en el ámbito nacional e internacional.<br><br><b>Ponderación: 15 %</b> | CE 1.1<br>CE 1.2<br>CE 1.3            | <b>UT1</b>               | 15%                    | <i>Prueba práctica</i>                  | <i>Heteroevaluación</i>        |
| <b>RA2</b> Comprende las funciones del transitario y evalúa las consecuencias de la aplicación de las reglas Incoterms en operaciones comerciales.<br><br><b>Ponderación:15 %</b>                        | CE 2.1<br>CE 2.2<br>CE 2.3            | <b>UT1</b>               | 15%                    | <i>Prueba práctica</i>                  | <i>Heteroevaluación</i>        |



|                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                          |            |     |                        |                         |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|------------|-----|------------------------|-------------------------|
| <b>RA3</b> Comprende y analiza aspectos básicos relacionados con la gestión del transporte de mercancías por carretera: contratación, normativa de conducción y descanso, costes y confecciona rutas sencillas mediante aplicaciones informáticas.<br><b>Ponderación: 20 %</b> | CE 3.1<br>CE 3.2<br>CE 3.3<br>CE 3.4<br>CE 3.5<br>CE 3.6 | <b>UT2</b> | 15% | <i>Prueba práctica</i> | <i>Heteroevaluación</i> |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                          | <b>UT3</b> | 5%  | <i>Prueba práctica</i> | <i>Heteroevaluación</i> |
| <b>RA 4</b> Analiza conceptos básicos del comercio internacional y su relación con el entorno internacional.<br><b>Ponderación: 10%</b>                                                                                                                                        | CE 4.1<br>CE 4.2<br>CE 4.3                               | <b>UT3</b> | 10% | <i>Prueba práctica</i> | <i>Heteroevaluación</i> |
| <b>RA 5</b> Describe las funciones principales de los organismos e instituciones internacionales relacionados con el comercio internacional.<br><b>Ponderación: 10 %</b>                                                                                                       | CE 5.1<br>CE 5.2<br>CE 5.3                               | <b>UT4</b> | 10% | <i>Prueba práctica</i> | <i>Heteroevaluación</i> |
| <b>RA 6</b> Consulta y utiliza fuentes de información especializadas en comercio internacional para la elaboración de informes.<br><b>Ponderación: 5 %</b>                                                                                                                     | CE 6.1<br>CE 6.2<br>CE 6.3                               | <b>UT4</b> | 5%  | <i>Prueba práctica</i> | <i>Heteroevaluación</i> |
| <b>RA7</b> Identifica y clasifica las barreras al comercio internacional, distinguiendo su impacto en las transacciones comerciales.                                                                                                                                           | CE 7.1<br>CE 7.2<br>CE 7.3<br>CE 7.4                     | <b>UT5</b> | 10% | <i>Prueba práctica</i> | <i>Heteroevaluación</i> |



|                                                                                                                                                             |                                      |            |     |                        |                         |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|------------|-----|------------------------|-------------------------|
| <b>Ponderación: 10 %</b>                                                                                                                                    |                                      |            |     |                        |                         |
| <b>RA8</b> Desarrolla estrategias iniciales de marketing internacional para la entrada de productos en mercados exteriores.<br><br><b>Ponderación: 15 %</b> | CE 8.1<br>CE 8.2<br>CE 8.3<br>CE 8.4 | <b>UT6</b> | 15% | <i>Prueba práctica</i> | <i>Heteroevaluación</i> |

## **ANEXO I.**

### **CONTENIDOS del MÓDULO PROFESIONAL**

(Con carácter orientativo, en *Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre*).

#### **1. Iniciación al sector del transporte de mercancías.**

- a) La situación actual del sector del transporte de mercancías en el ámbito nacional e internacional.
- b) Los diferentes modos de transporte de mercancías: carretera, ferroviario, marítimo, aéreo y multimodal.
- c) El papel del transitario en el sector del transporte internacional de mercancías.
- d) Iniciación al uso de las reglas Incoterms. Casos prácticos básicos.

#### **2. Fundamentos del transporte por carretera de mercancías.**

- a) El contrato de transporte de mercancías por carretera. Formas de contratación.
- b) Tipos de vehículos.
- c) El tacógrafo. Tiempos de conducción y descanso.
- d) El departamento de tráfico. Confección de rutas sencillas con aplicaciones informáticas.
- e) Costes del transporte de mercancía por carretera. ACOTRAM.

#### **3. Organismos y sistemas de información relacionados con el comercio internacional.**

- a) Conceptos básicos del Comercio Internacional. El entorno internacional.
- b) Introducción a la Balanza de pagos: concepto y estructura.
- c) Estudio inicial de algunas instituciones:

#### **4. Reconocimiento de las distintas barreras al comercio internacional:**

- a) Barreras arancelarias y fiscales a la importación de mercancías.
- b) Barreras no arancelarias.



c) Barreras técnicas y administrativas a la importación: certificados de normalización, homologación y control de calidad, certificados sanitarios, fitosanitarios y veterinarios, certificados SOIVRE y certificados CITES, entre otros.

d) Casos prácticos consistentes en la búsqueda de partidas arancelarias y aranceles. Utilización de webs relacionadas.

e) La política comercial común.

f) La política agrícola común (PAC).

### **5. Introducción al marketing internacional.**

a) Oportunidades de entrada de un producto en un mercado exterior. Análisis DAFO.

b) Selección de la forma más adecuada de entrada en un mercado exterior: modos de operar, canales de distribución, etc.

c) Diseño de políticas de precios y tarifas comerciales en un mercado exterior: métodos de fijación de precios y variables a considerar.

## **PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA DE MÓDULOS PROFESIONALES**

Elaborada por María Asunción Iglesias Pérez

Año 2026/2027



# **Junta de Castilla y León**

Consejería de Educación

**INTRODUCCIÓN: CONCEPTUALIZACIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL MÓDULO.**

**COMPETENCIAS PROFESIONALES ASOCIADAS, LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y CONTENIDOS.**

**RESULTADOS DE APRENDIZAJE QUE PUEDEN SER DESARROLLADOS EN LA EMPRESA U ORGANISMO EQUIPARADO.**

**SECUENCIACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN DE LAS UNIDADES DE TRABAJO.**

**LA METODOLOGÍA DIDÁCTICA QUE SE VA A APLICAR.**

**LOS PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE DEL ALUMNADO, RECOGIENDO LAS ACTUACIONES QUE SE LLEVARÁN A CABO PARA EVALUAR Y CALIFICAR LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJES, INCLUIDOS LOS QUE SE DESARROLLEN EN LA EMPRESA U ORGANISMO EQUIPARADO, Y LOS CRITERIOS DE CALIFICACIÓN DE LOS MÓDULOS Y EL PROCEDIMIENTO Y PLAZOS A SEGUIR PARA LA PRESENTACIÓN Y TRAMITACIÓN DE LAS RECLAMACIONES.**

**EL NÚMERO MÁXIMO DE FALTAS DE ASISTENCIA NO JUSTIFICADAS O LAS ACTIVIDADES NO REALIZADAS QUE DETERMINARÁN LA IMPOSIBILIDAD DE APLICAR LA EVALUACIÓN CONTINUA Y EL PROCEDIMIENTO A SEGUIR PARA LA EVALUACIÓN DEL ALUMNADO EN ESTOS CASOS.**

**LOS MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS Y REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.**

**ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES.**

**MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD.**

**PLANIFICACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE RECUPERACIÓN DE LOS MÓDULOS PENDIENTES DE SUPERACIÓN (No en Cursos de Especialización).**

### **PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA DEL MÓDULO PROFESIONAL Venta Técnica (1230)**

**a) INTRODUCCIÓN: CONCEPTUALIZACIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL MÓDULO.**

**Ciclo formativo al que pertenece el módulo profesional: Actividades Comerciales (Grado Medio)**

**Familia profesional a la que pertenece: Comercio y Marketing**

**Nivel y curso: Grado Medio, 2º curso**

**Duración del Ciclo Formativo: 2 cursos académicos, 2000 horas**

**Duración del módulo profesional: 132 horas de currículo, 4 horas semanales**

**Centro: IES León Felipe, Benavente (Zamora). Curso académico 2026-2027**

**Profesora: María Asunción Iglesias Pérez**

Conforme al calendario escolar 2026-2027 de Castilla y León (Orden EDU/478/2026, de 25 de mayo), las clases de los ciclos formativos de grado medio en modalidad presencial comienzan el 15 de septiembre de 2026. El alumnado se incorpora a la formación en empresa u organismo equiparado (FFE) aproximadamente el 1 de marzo de 2027, por lo que la docencia del módulo



en el centro se desarrolla hasta el 26 de febrero de 2027 (fecha de referencia para esta temporalización).

Esta programación se alinea con la legislación vigente, recogida en:

- Ley Orgánica 3/2022, de 31 de marzo, de ordenación e integración de la Formación Profesional.
- Real Decreto 659/2023, de 18 de julio, por el que se desarrolla la ordenación del Sistema de Formación Profesional.
- Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico en Actividades Comerciales y se fijan sus enseñanzas mínimas (BOE de 27 de diciembre).
- Real Decreto 499/2024, de 21 de mayo, por el que se modifican determinados reales decretos por los que se establecen títulos de Formación Profesional de grado medio y se fijan sus enseñanzas mínimas.
- Decreto 25/2024, de 21 de noviembre, por el que se establece el currículo de los ciclos formativos de grado medio, correspondiente a la oferta de grado D y nivel 2 del Sistema de Formación Profesional, conducentes a la obtención del título de Técnico, en la Comunidad de Castilla y León.
- Orden EDU/1365/2024, de 26 de noviembre, por la que se concretan los aspectos específicos del currículo del ciclo formativo de grado medio en Actividades Comerciales en la Comunidad de Castilla y León.
- Orden EDU/1575/2024, de 23 de diciembre, por la que se regula el proceso de evaluación del alumnado que curse enseñanzas de grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad de Castilla y León.
- Orden EDU/173/2025, de 20 de febrero, por la que se desarrolla la formación en empresa u organismo equiparado, para las ofertas de formación profesional de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad de Castilla y León.
- Orden EDU/478/2026, de 25 de mayo, por la que se aprueba el calendario escolar para el curso académico 2026-2027 en la Comunidad de Castilla y León.

Del 15 de septiembre de 2026 al 26 de febrero de 2027, con 4 sesiones semanales de una hora (de lunes a jueves), el módulo dispone de 79 horas lectivas reales en el centro (53 en la primera evaluación y 26 en la segunda). Los resultados de aprendizaje 1 y 2 se completan además en la empresa durante la FFE, según el apartado c).

## **b) COMPETENCIAS PROFESIONALES ASOCIADAS, LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y CONTENIDOS.**

La formación del módulo contribuye a alcanzar las siguientes competencias profesionales, personales y sociales del título (artículo 5 del Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre):

- c) Realizar la venta de productos y/o servicios a través de los distintos canales de comercialización, utilizando las técnicas de venta adecuadas a la tipología del cliente y a los criterios establecidos por la empresa.
- k) Realizar ventas especializadas de productos y/o servicios, adaptando el argumentario de ventas a las características peculiares de cada caso para cumplir con los objetivos comerciales definidos por la dirección comercial.
- m) Adaptarse a las nuevas situaciones laborales originadas por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos, actualizando sus conocimientos, utilizando los



recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación.

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

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

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

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

### **RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN**

Se consideran los resultados de aprendizaje como la expresión de los resultados que deben ser alcanzados por los alumnos en el proceso de enseñanza-aprendizaje, y los criterios de evaluación como referencia del nivel aceptable de esos resultados.

**RA 1. RESULTADO DE APRENDIZAJE:** Elabora ofertas comerciales de productos industriales y del sector primario, adaptando los argumentos de venta a los distintos tipos de clientes (minoristas, mayoristas e institucionales).

| <b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>                                                                                                                                                                                                         | <b>UNIDADES<br/>DE<br/>TRABAJO</b> |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|
| Se han realizado búsquedas de fuentes de <u>información de clientes industriales</u> y mayoristas.                                                                                                                                     | 1                                  |
| Se han elaborado <u>argumentarios de ventas centrados en la variable producto</u> , tales como atributos físicos, composición, utilidades y aplicaciones de dichos productos.                                                          | 1                                  |
| Se han realizado <u>propuestas de ofertas de productos</u> a un cliente institucional, industrial o mayorista.                                                                                                                         | 1                                  |
| Se han destacado las <u>ventajas de nuevos materiales, componentes e ingredientes</u> de los productos ofertados.                                                                                                                      | 1                                  |
| Se han seleccionado subvariables de producto, tales como el <u>envase</u> , el <u>etiquetado</u> , la <u>certificación</u> y la <u>seguridad</u> , como herramientas de marketing para potenciar los beneficios del producto ofertado. | 1                                  |



**RA 2. RESULTADO DE APRENDIZAJE:** Confecciona ofertas comerciales de servicios, adaptando los argumentos de venta a las características específicas del servicio propuesto y a las necesidades de cada cliente.

| <b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>                                                                                                                                                              | <b>UNIDADES DE TRABAJO</b> |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|
| Se han identificado <u>características intrínsecas de los servicios</u> , como son caducidad inmediata, demanda concentrada puntualmente, intangibilidad, inseparabilidad y heterogeneidad. | 2                          |
| Se han estructurado y jerarquizado los <u>objetivos de las ofertas de servicios</u> entre logros económicos y sociales, si los hubiera.                                                     | 2                          |
| Se ha <u>encuestado</u> a los clientes para conocer su grado de comprensión y aceptación del servicio ofrecido.                                                                             | 2                          |
| Se ha medido la <u>efectividad de las encuestas</u> una vez aplicadas por la organización.                                                                                                  | 2                          |
| Se han analizado <u>estrategias para superar las dificultades</u> que conlleva la aceptación de una oferta de prestación de servicios.                                                      | 2                          |
| Se han confeccionado <u>argumentos</u> de ventas de servicios públicos y privados.                                                                                                          | 2                          |
| Se han elaborado <u>propuestas para captar clientes</u> que contraten prestaciones de servicios a largo plazo.                                                                              | 2                          |

**RA 3. RESULTADO DE APRENDIZAJE:** Realiza actividades propias de la venta de productos tecnológicos, aplicando técnicas de venta adecuadas y recopilando información actualizada de la evolución y tendencias del mercado de este tipo de bienes.

| <b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>                                                                                                                                                                                              | <b>UNIDADES DE TRABAJO</b> |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|
| Se han analizado <u>carteras de productos/servicios tecnológicos</u> ofertados en los distintos canales de comercialización.                                                                                                | 3                          |
| Se han obtenido <u>datos del mercado</u> a través de la información y sugerencias recibidas de los clientes.                                                                                                                | 3                          |
| Se ha organizado la información obtenida sobre <u>innovaciones del mercado</u> , centrándose en las <u>utilidades</u> de productos, <u>nuevos usos</u> , <u>fácil manejo</u> , accesorios, complementos y compatibilidades. | 3                          |
| Se ha argumentado la posibilidad de introducir nuevos productos y/o servicios, modificaciones o variantes de modelos que complementen la cartera de productos, ajustándose a las <u>nuevas modas y tendencias</u> .         | 3                          |



**RA 3. RESULTADO DE APRENDIZAJE:** Realiza actividades propias de la venta de productos tecnológicos, aplicando técnicas de venta adecuadas y recopilando información actualizada de la evolución y tendencias del mercado de este tipo de bienes.

| <b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>                                                                                                                                                                                                  | <b>UNIDADES DE TRABAJO</b> |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|
| Se han proporcionado datos al superior inmediato sobre la <u>existencia de segmentos de clientes comercialmente rentables</u> , proponiendo <u>nuevas líneas de negocio</u> , fomentando el espíritu emprendedor en la empresa. | 3                          |
| Se han detectado áreas de mejora en grupos de clientes poco satisfechos, que pueden ser cubiertos con la oferta de un producto/servicio que se adapte mejor a sus necesidades.                                                  | 3                          |
| Se han elaborado ofertas de <u>productos tecnológicos</u> , utilizando herramientas informáticas de presentación.                                                                                                               | 3                          |

**RA 4. RESULTADO DE APRENDIZAJE:** Desarrolla actividades relacionadas con la venta de productos de alta gama, aplicando técnicas que garanticen la transmisión de la imagen de marca de calidad y reputación elevada.

| <b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>                                                                                                                                                                                                       | <b>UNIDADES DE TRABAJO</b> |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|
| Se han establecido las causas que determinan la <u>consideración de un producto como de alta gama</u> , tales como precio, características innovadoras y calidad entre otras.                                                        | 4                          |
| Se ha determinado el procedimiento de <u>transmisión de una imagen de alto posicionamiento</u> a través del lenguaje verbal y no verbal, la imagen personal y el trato al cliente.                                                   | 4                          |
| Se ha confeccionado un <u>argumentario de ventas centrado en la variable comunicación</u> , tales como imagen de marca, origen, personalidad, reconocimiento social, pertenencia a un grupo o clase y exclusiva cartera de clientes. | 4                          |
| Se han seleccionado los <u>argumentos</u> adecuados en operaciones de venta de productos de alto posicionamiento.                                                                                                                    | 4                          |
| Se ha realizado el <u>empaquetado y/o embalaje del producto con rapidez y eficiencia</u> , utilizando distintas técnicas acordes con los parámetros estéticos de la imagen corporativa.                                              | 4                          |
| Se ha realizado el <u>etiquetaje</u> de productos de alto valor monetario, siguiendo la normativa aplicable en cada caso.                                                                                                            | 4                          |
| Se ha revisado la <u>seguridad de la mercancía</u> con sistemas antihurto, comprobando la concordancia etiqueta-producto y el funcionamiento de las cámaras de videovigilancia.                                                      | 4                          |



| <b>RA 4. RESULTADO DE APRENDIZAJE:</b> Desarrolla actividades relacionadas con la venta de productos de alta gama, aplicando técnicas que garanticen la transmisión de la imagen de marca de calidad y reputación elevada. |                            |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|
| <b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>                                                                                                                                                                                             | <b>UNIDADES DE TRABAJO</b> |
| Se han analizado las <u>pautas de actuación establecidas por la organización al detectar un hurto</u> .                                                                                                                    | 4                          |

| <b>RA 5. RESULTADO DE APRENDIZAJE:</b> Prepara diferentes acciones promocionales de bienes inmuebles, aplicando técnicas de comunicación adaptadas al sector.                               |                            |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|
| <b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>                                                                                                                                                              | <b>UNIDADES DE TRABAJO</b> |
| Se han elaborado <u>mensajes publicitarios</u> con la información de los inmuebles que se ofertan.                                                                                          | 5                          |
| Se han comparado las <u>ventajas e inconvenientes de los distintos soportes</u> de difusión.                                                                                                | 5                          |
| Se ha <u>gestionado la difusión del material promocional</u> utilizando diversos medios de comunicación.                                                                                    | 5                          |
| Se han <u>seleccionado las fuentes de información disponibles</u> para la captación de potenciales demandantes–clientes de inmuebles en venta o alquiler.                                   | 5                          |
| Se han determinado las <u>necesidades y posibilidades económico–financieras</u> de los potenciales demandantes–clientes, aplicando los instrumentos de medida previstos por la organización | 5                          |
| Se han registrado los datos del posible cliente, cumpliendo con los criterios de <u>confidencialidad</u> y con la <u>normativa sobre protección de datos</u> .                              | 5                          |
| Se han realizado estudios comparativos para <u>seleccionar el elemento de nuestra cartera de inmuebles</u> que mejor se ajuste a las expectativas y posibilidades económicas del cliente.   | 5                          |

| <b>RA 6. RESULTADO DE APRENDIZAJE:</b> Desarrolla actividades relacionadas con el proceso de venta de inmuebles, cumplimentando los documentos generados en este tipo de operaciones |                            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|
| <b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>                                                                                                                                                       | <b>UNIDADES DE TRABAJO</b> |
| Se han <u>seleccionado los inmuebles</u> más en consonancia con las necesidades y deseos de los potenciales clientes, presentando la información en forma de dossier.                | 6                          |



**RA 6. RESULTADO DE APRENDIZAJE:** Desarrolla actividades relacionadas con el proceso de venta de inmuebles, cumplimentando los documentos generados en este tipo de operaciones

| <b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>                                                                                                                                                                 | <b>UNIDADES DE TRABAJO</b> |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|
| Se ha informado de forma clara y efectiva a los clientes de las características y precios de los inmuebles previamente seleccionados.                                                          | 6                          |
| Se han seleccionado los parámetros esenciales en las visitas a los inmuebles que más se ajustan a los intereses de los potenciales clientes.                                                   | 6                          |
| Se han transmitido a los posibles clientes del producto inmobiliario las condiciones de la intermediación de la operación.                                                                     | 6                          |
| Se han programado procesos de negociación comercial para alcanzar el cierre de la operación comercial.                                                                                         | 6                          |
| Se han cumplimentado hojas de visita, precontratos, contratos y documentación anexa.                                                                                                           | 6                          |
| Se ha realizado el seguimiento de las operaciones a través de un sistema de comunicación continua capaz de planificar nuevas visitas y de registrar las variaciones en los datos de la oferta. | 6                          |

**RA 7. RESULTADO DE APRENDIZAJE:** Desarrolla actividades de telemarketing en situaciones de venta telefónica, captación y fidelización de clientes y atención personalizada, aplicando las técnicas adecuadas en cada caso.

| <b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>                                                                                                | <b>UNIDADES DE TRABAJO</b> |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|
| Se han identificado los distintos sectores donde se ha desarrollado el telemarketing.                                         | 7                          |
| Se han analizado las diversas funciones que cumple esta herramienta de comunicación comercial en la empresa.                  | 7                          |
| Se ha analizado el perfil que debe tener un buen teleoperador.                                                                | 7                          |
| Se han caracterizado las técnicas de atención personalizada, captación y fidelización del cliente a través del telemarketing. | 7                          |
| Se han identificado las distintas etapas del proceso de venta telefónica.                                                     | 7                          |
| Se han elaborado guiones para la realización de llamadas de ventas.                                                           | 7                          |
| Se han previsto las objeciones que pueden plantear los clientes y la forma de afrontarlas con éxito.                          | 7                          |



**RA 7. RESULTADO DE APRENDIZAJE:** Desarrolla actividades de telemarketing en situaciones de venta telefónica, captación y fidelización de clientes y atención personalizada, aplicando las técnicas adecuadas en cada caso.

| <b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>                                                                                                    | <b>UNIDADES DE TRABAJO</b> |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|
| Se han realizado <u>simulaciones</u> de operaciones de telemarketing en casos de captación, retención o recuperación de clientes. | 7                          |

Son criterios de evaluación de especial interés para la adquisición de los resultados de aprendizaje los siguientes: CE 1.2, CE 1.3, CE 2.1, CE 2.3, CE 2.6, CE 2.7, CE 3.3, CE 3.7, CE 4.1, CE 4.2, CE 4.3, CE 4.5, CE 4.7, CE 4.8, CE 5.1, CE 5.6, CE 5.7, CE 6.2, CE 6.4, CE 6.5, CE 6.6, CE 6.7, CE 7.1, CE 7.3, CE 7.4, CE 7.6 y CE 7.7. Los contenidos de cada unidad de trabajo, conforme a los contenidos básicos del Real Decreto 1688/2011, se recogen en el ANEXO I de esta programación.

**c) RESULTADOS DE APRENDIZAJE QUE PUEDEN SER DESARROLLADOS EN LA EMPRESA U ORGANISMO EQUIPARADO (verificar con ANEXO II del Plan de Formación de FFE según ORDEN EDU/173/2025, de 20 de febrero, por la que se desarrolla la formación en empresa u organismo equiparado, para las ofertas de formación profesional de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad de Castilla y León)**

**RA 1.** Elabora ofertas comerciales de productos industriales y del sector primario, adaptando los argumentos de venta a los distintos tipos de clientes (minoristas, mayoristas e institucionales).

**RA 2.** Confecciona ofertas comerciales de servicios, adaptando los argumentos de venta a las características específicas del servicio propuesto y a las necesidades de cada cliente.

Ambos resultados se trabajan en el centro durante la primera evaluación (UT 1 y UT 2) y se completan en la empresa a partir de, aproximadamente, el 1 de marzo de 2027: búsqueda de información de clientes, elaboración de argumentarios y propuestas de ofertas reales de la empresa. La valoración de la empresa será un 10% de la nota de cada uno de los respectivos RA. La persona tutora de empresa informará sobre su desarrollo en el seguimiento del plan de formación y la profesora integrará esa información en la calificación final de estos RA.

**d) SECUENCIACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN DE LAS UNIDADES DE TRABAJO.**

| <b>1ª Evaluación</b>                                             | <b>2ª Evaluación</b>                                                     |
|------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|
| <b>U.T. 1, 2, 3 y 4 (53 horas)</b>                               | <b>U.T. 5, 6 y 7 (26 horas)</b>                                          |
| Presentación del módulo y evaluación inicial: 15/09 – 16/09/2026 | UT 5. Promoción de bienes inmuebles: 11/01 – 20/01/2027                  |
| UT 1. Oferta de productos industriales: 17/09 – 07/10/2026       | UT 6. Venta de inmuebles: 21/01 – 03/02/2027                             |
| UT 2. Oferta comercial de servicios: 08/10 – 28/10/2026          | Prueba objetiva UT 5 y UT 6: 04/02/2027                                  |
| Prueba objetiva UT 1 y UT 2: 29/10/2026                          | UT 7. Telemarketing: 10/02 – 23/02/2027                                  |
| UT 3. Venta de productos tecnológicos: 03/11 – 23/11/2026        | Prueba objetiva UT 7 y recuperación de RA pendientes: 24/02 – 25/02/2027 |
|                                                                  | FFE: desde el 01/03/2027 aprox.                                          |



UT 4. Venta de productos de alta gama: 24/11 – 17/12/2026  
Prueba objetiva UT 3 y UT 4 y recuperación: 21/12 – 22/12/2026

| TRIMESTRE                     | UNIDAD DE TRABAJO                                                                                                                                                                                                                                                         | HORAS |
|-------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| PRIMER TRIMESTRE<br>53 horas  | Presentación del módulo y evaluación inicial (15/09 – 16/09/2026)                                                                                                                                                                                                         | 2     |
|                               | UT 1. Oferta de productos industriales (17/09 – 07/10/2026)                                                                                                                                                                                                               | 12    |
|                               | UT 2. Oferta comercial de servicios (08/10 – 28/10/2026)                                                                                                                                                                                                                  | 11    |
|                               | Prueba objetiva UT 1 y UT 2 (29/10/2026)                                                                                                                                                                                                                                  | 1     |
|                               | UT 3. Venta de productos tecnológicos (03/11 – 23/11/2026)                                                                                                                                                                                                                | 12    |
|                               | UT 4. Venta de productos de alta gama (24/11 – 17/12/2026)                                                                                                                                                                                                                | 13    |
|                               | Prueba objetiva UT 3 y UT 4 y recuperación (21/12 – 22/12/2026)                                                                                                                                                                                                           | 2     |
| SEGUNDO TRIMESTRE<br>26 horas | UT 5. Promoción de bienes inmuebles (11/01 – 20/01/2027)                                                                                                                                                                                                                  | 7     |
|                               | UT 6. Venta de inmuebles (21/01 – 03/02/2027)                                                                                                                                                                                                                             | 8     |
|                               | Prueba objetiva UT 5 y UT 6 (04/02/2027)                                                                                                                                                                                                                                  | 1     |
|                               | UT 7. Telemarketing (10/02 – 23/02/2027)                                                                                                                                                                                                                                  | 8     |
|                               | Prueba objetiva UT 7 y recuperación de RA pendientes (24/02 – 25/02/2027)                                                                                                                                                                                                 | 2     |
| TERCER TRIMESTRE<br>FFE       | Formación en empresa desde el 01/03/2027 aprox. (RA 1 y RA 2 completados en la empresa). Prueba final en junio de 2027 solo para el alumnado con RA no superados o que haya perdido la evaluación continua. La nota de los RA supondrá un 10% de la nota final de los RA. | —     |
| TOTAL                         | Horas lectivas reales en el centro (132 horas de currículo)                                                                                                                                                                                                               | 79    |

Horario de referencia: 4 sesiones semanales de una hora. La previsión temporal es orientativa, se tendrá en cuenta la adaptación al grupo y sus necesidades.

#### e) LA METODOLOGÍA DIDÁCTICA QUE SE VA A APLICAR

Se seguirá una metodología adaptada a las características del alumnado y a la naturaleza del módulo, para que el alumno/a pueda construir su propio aprendizaje y lo ponga en práctica en su vida profesional.

Para la impartición del módulo se llevará a cabo una metodología basada en el método activo-participativo, a través del cual se desarrollarán los temas de forma amena, para que propicie el interés de los alumnos/as hacia la venta técnica y especializada. Esta metodología estará



formada por actividades de enseñanza-aprendizaje y de evaluación y el uso de equipos informáticos que permitan “aprender haciendo” (metodologías activas) y materiales audiovisuales de apoyo, sin descuidar la actitud del alumnado y fomentando su participación en clase.

De igual manera, se fomentará que los alumnos aprendan por sí mismos muchos de los conceptos y procedimientos para conseguir que “aprendan a aprender” y sean capaces de actualizar sus conocimientos de manera continua en su práctica laboral.

Se llevarán a cabo determinadas técnicas docentes que podrían resumirse en:

Clases teóricas: uso de pizarra y proyector multimedia.

Planificación personalizada: se planificará en función del estilo de aprendizaje del grupo.

Evaluación diagnóstica, se realiza al principio del curso para conocer las condiciones de las que parte cada alumno/a.

Evaluación formativa a lo largo del curso para comprobar el nivel de aprendizaje.

Ejercicios y prácticas individuales y grupales: elaboración de argumentarios y ofertas comerciales, simulaciones de venta (role-playing), cumplimentación de documentos de la venta inmobiliaria (hojas de visita, reservas y contratos) y guiones de telemarketing, tanto por escrito como en los equipos informáticos.

Mapas conceptuales: se usarán mapas conceptuales para conseguir aprendizajes más significativos y menos memorísticos en los alumnos/as.

Con respecto a las estrategias, se plantea seguir las siguientes:

Dedicar los primeros minutos de cada clase a repasar los contenidos impartidos en la clase anterior, así como plantear lo que se va a hacer en clase durante la actual sesión.

Dedicar los primeros minutos de cada unidad de trabajo a sondear los conocimientos previos.

Dedicar las primeras semanas de clase para detectar el estilo de aprendizaje de los alumnos/as y procurar posibles intervenciones individuales, proporcionando información de técnicas de estudio o de cualquier otro tipo necesario.

Utilizar el refuerzo positivo en el aula como medida general para motivar e incentivar al alumnado.

Intentar programar actividades de tipo procedimental cuando se tenga que impartir la materia a últimas horas del día. A primeras horas se tratará de explicar teoría ya que el alumnado se encontrará más receptivo, estando más cansado y disperso al final de la jornada educativa.

Se podrá requerir para la realización de prácticas y/o controles la utilización de equipos informáticos (portátiles, notebooks, tablets, etc)

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar las funciones de venta técnica y especializada de productos industriales, servicios, productos tecnológicos, productos de alta gama, inmuebles y venta telefónica (telemarketing).

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:



La elaboración y presentación de ofertas comerciales de productos industriales y del sector primario a clientes minoristas, mayoristas e institucionales, apoyadas en argumentos de producto (materiales, composición, envase, certificación y seguridad).

La confección y venta de ofertas de servicios, adaptando la comunicación a sus características (intangibilidad, inseparabilidad, heterogeneidad y caducidad) y a las necesidades de cada cliente.

La venta de productos tecnológicos, la presentación de novedades y la detección de tendencias, clientes poco satisfechos y nuevos nichos de mercado que permitan proponer nuevas líneas de negocio.

La venta de productos de alta gama, transmitiendo la imagen de marca y el posicionamiento a través de la comunicación verbal y no verbal, la imagen personal y el trato exclusivo al cliente.

La promoción y comercialización de inmuebles en venta o alquiler: captación de clientes, presentación de la cartera, visitas, negociación y cierre de la operación.

Las actividades de telemarketing: venta telefónica, investigación comercial, atención personalizada, captación, retención, recuperación y fidelización de clientes.

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

Análisis del tipo de cliente (industrial, institucional, mayorista, particular, prescriptor) y detección de sus necesidades y motivaciones de compra.

Elaboración de argumentarios de venta centrados en la variable producto (atributos, utilidades, envase, etiquetado, certificación) y en la variable comunicación (imagen de marca, origen, reconocimiento social).

Diseño de ofertas comerciales y presentaciones de productos y novedades con herramientas informáticas.

Aplicación de estrategias de venta adaptadas a cada producto o servicio: contrarrestar la intangibilidad, combatir la concentración de la demanda, distribución selectiva y lanzamiento de nuevos productos.

Técnicas de comunicación comercial verbal y no verbal, escucha activa y tratamiento de objeciones.

Negociación comercial y técnicas de cierre de la venta.

Elaboración de mensajes publicitarios y selección de medios y soportes para la promoción de inmuebles; preparación de dossieres y de la documentación de la operación (hoja de visita, reserva y contrato).

Elaboración de guiones de venta telefónica y simulación de llamadas de captación, retención y recuperación de clientes.

Seguimiento posventa, control de la satisfacción del cliente y medición de la calidad del servicio (encuestas y ratios).

Simulaciones de venta (role-playing) grabadas en vídeo para analizar y mejorar la comunicación comercial del alumnado.

Se potenciará la realización de actividades en equipo y colaborativas en las que el alumnado aprenda a poner en valor las competencias profesionales que va adquiriendo



mediante el desarrollo de simulaciones de situaciones reales de empresa. De esta forma, las prácticas que realice el alumnado estarán, en la medida de lo posible, contextualizadas en la empresa y responderán a las necesidades que las empresas tienen de contar con personal cualificado profesionalmente con dominio de destrezas organizativas y colaborativas.

**f) LOS PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE DEL ALUMNADO, RECOGIENDO LAS ACTUACIONES QUE SE LLEVARÁN A CABO PARA EVALUAR Y CALIFICAR LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJES, INCLUIDOS LOS QUE SE DESARROLLEN EN LA EMPRESA U ORGANISMO EQUIPARADO, Y LOS CRITERIOS DE CALIFICACIÓN DE LOS MÓDULOS Y EL PROCEDIMIENTO Y PLAZOS A SEGUIR PARA LA PRESENTACIÓN Y TRAMITACIÓN DE LAS RECLAMACIONES.**

***Procedimientos de evaluación del aprendizaje del alumnado***

La evaluación se realizará tomando como referencia los objetivos, expresados en resultados de aprendizaje, y los criterios de evaluación de cada uno de los módulos profesionales, así como los objetivos generales del ciclo formativo.

**Evaluación del proceso aprendizaje (Alumnado)**

La evaluación tendrá un carácter continuo por lo que se realizará a lo largo de todo el proceso formativo del alumno, lo que permitirá guiar al alumno en dicho proceso, detectar errores en la adquisición de habilidades y destrezas, y recuperar aquellos aspectos en los que se detecten deficiencias, de tal manera que se alcancen los objetivos previstos.

Los alumnos que no asistan regularmente a las clases y pierdan la evaluación continua serán evaluados de acuerdo con el procedimiento descrito posteriormente.

A lo largo del proceso formativo se contemplan tres momentos de evaluación: evaluación inicial, evaluación formativa y evaluación sumativa al término de cada una de las dos evaluaciones.

La **evaluación inicial** proporciona información de partida del alumno con la finalidad de orientar la intervención educativa adecuadamente, de forma que el proceso de enseñanza/aprendizaje pueda adquirir el carácter de individualización que se requiera en cada caso. En la evaluación inicial se utilizarán instrumentos tales como entrevistas, cuestionarios, observación directa, etc. para conocer al alumno (capacidades y habilidades, técnicas de trabajo, motivaciones e intereses).

La **evaluación formativa** se realiza a lo largo del propio proceso de enseñanza aprendizaje. Aquí se evaluarán aspectos tales como: el progreso de cada alumno, la consecución de los resultados de aprendizaje y las dificultades halladas en el aprendizaje de los diferentes tipos de contenidos.

La **evaluación sumativa** representa el resultado del seguimiento de todo el proceso formativo, en el que se valorará la consecución de los resultados de aprendizaje a través de los criterios de evaluación. La calificación obtenida en las dos evaluaciones es la calificación final del módulo; solo el alumnado con RA no superados o que haya perdido la evaluación continua realizará la prueba final de junio.



Procedimientos e instrumentos de evaluación- Buscando una evaluación lo más diversificada, integral y formativa posible, optaremos por utilizar diferentes procedimientos e instrumentos que permitirán la integración de todas las competencias en un marco de evaluación coherente.

Los procedimientos de evaluación que utilizaremos en este módulo serán los siguientes:

- Observaciones directas
- Pruebas específicas
- Cuestionarios Orales.
- Análisis de las producciones de los alumnos: Ejercicios prácticos.

Los instrumentos de evaluación sirven para obtener la información necesaria para realizar la evaluación y ver el nivel de logro de cada alumno en cada uno de los CE.

- Prueba objetiva parcial de la unidad
- Preguntas y debates.
- Actividades de aula
- Participación en clase
- Tareas grupales

Para realizar una evaluación formativa será esencial el uso de los indicadores de logro o herramientas de evaluación que nos servirán de baremo y nos permitirán obtener una valoración. La representación gráfica de estos baremos es un instrumento de doble entrada que se convierte, a su vez, en un instrumento de calificación: Rúbricas. / Escalas graduadas / Escalas de valoración.

La parte de los RA 1 y RA 2 desarrollada en la empresa se evaluará teniendo en cuenta la información aportada por la persona tutora de empresa en el seguimiento del plan de formación (Orden EDU/173/2025), que la profesora integrará en la calificación final del módulo (Orden EDU/1575/2024).

### ***Criterios de calificación de los módulos***

La calificación se obtiene a partir de los resultados de aprendizaje (RA), evaluados mediante los instrumentos asociados a sus criterios de evaluación. Se celebrarán dos sesiones de evaluación antes de la FFE (diciembre de 2026 y finales de febrero de 2027). El alumnado que supere todos los RA en ellas tendrá el módulo superado con la calificación obtenida, que se trasladará al acta de la sesión de evaluación final sin necesidad de realizar ninguna prueba adicional. Solo deberá presentarse a la prueba final de junio de 2027 el alumnado que no haya superado algún RA en las dos evaluaciones o que haya perdido el derecho a la evaluación continua.

La calificación de cada RA estará formada por la valoración de los siguientes apartados:

**a) Prueba de evaluación:** prueba objetiva escrita, teórico-práctica, sobre los criterios de evaluación del RA. Se realizarán las pruebas previstas en la temporalización (UT 1-2, UT 3-4, UT 5-6 y UT 7).

**b) Actividades de aula:** argumentarios, ofertas comerciales, simulaciones de venta, dossiers inmobiliarios, guiones de telemarketing, exposiciones y tareas en Teams. La ponderación de



cada actividad figurará en la propia actividad. Los trabajos no realizados por no asistencia o no realización se calificarán con un 0.

La nota de cada RA será el resultado de la siguiente media ponderada:

| Criterios de calificación | % de calificación |
|---------------------------|-------------------|
| Prueba de evaluación      | 60%               |
| Actividades de aula       | 40%               |

Un RA se considera superado cuando su calificación es igual o superior a 5. La calificación de cada evaluación y la final del módulo será la media ponderada de los RA evaluados, según los siguientes pesos (proporcionales a las horas dedicadas):

| Resultado de aprendizaje (UT) | Peso en la calificación |
|-------------------------------|-------------------------|
| RA 1 (UT 1)                   | 17 %                    |
| RA 2 (UT 2)                   | 16 %                    |
| RA 3 (UT 3)                   | 17 %                    |
| RA 4 (UT 4)                   | 17 %                    |
| RA 5 (UT 5)                   | 10 %                    |
| RA 6 (UT 6)                   | 11 %                    |
| RA 7 (UT 7)                   | 12 %                    |
| <b>TOTAL</b>                  | <b>100 %</b>            |

1ª evaluación: RA 1, RA 2, RA 3 y RA 4. 2ª evaluación: RA 1 a RA 7. La calificación final del módulo será la media ponderada de todos los RA obtenida en las dos evaluaciones, completada con la valoración de la parte de los RA 1 y RA 2 desarrollada en la empresa. Para superar el módulo deben estar superados todos los RA; si alguno no lo está, la calificación del módulo no podrá ser superior a 4.

Dado que las notas de evaluación no permiten números decimales, y éstos se pueden producir como consecuencia de la aplicación del cálculo anterior, la calificación se hará por redondeo: si el primer decimal es inferior a 5 se redondea a la baja y si es 5 o superior al alza.

***Plazos a seguir para la presentación y tramitación de las reclamaciones.***

El alumno que no esté de acuerdo con la calificación obtenida en el módulo profesional en cualquiera de las **evaluaciones trimestrales que no posean el carácter de evaluación final**, podrá solicitar las aclaraciones que estime oportunas, siempre fundamentadas, acerca de las valoraciones y calificaciones realizadas en relación con su proceso de aprendizaje. Para ello, deberá dirigirse a la profesora responsable de la evaluación del módulo profesional quien deberá responder a la solicitud de aclaración el primer día hábil posterior a la comunicación de los resultados.

Además, conforme al artículo 18 y 19 ORDEN EDU/1575/2024, de 23 de diciembre, por la que se regula el proceso de evaluación del alumnado que curse enseñanzas de grados D y E del sistema de formación profesional en la Comunidad de Castilla y León.

Artículo 18 Aclaraciones



1. Cuando exista desacuerdo sobre las decisiones de la correspondiente sesión de evaluación, el alumnado y, en caso de minoría de edad, sus progenitores o representantes legales, podrán solicitar aclaraciones acerca de las calificaciones, así como de la decisión de promoción o titulación.

2. La solicitud de aclaraciones se realizará el primer día hábil posterior a la comunicación de los resultados o, en su caso, de la decisión de promoción o titulación.

El centro deberá informar a los padres, madres o personas que ejerzan la tutela legal del alumnado de este derecho.

Artículo 19. Procedimiento de reclamación en el centro.

1. El alumnado y, en caso de minoría de edad, sus progenitores o representantes legales, podrán reclamar, por escrito, ante la dirección del centro, las calificaciones o decisiones de promoción o titulación, en el plazo de dos días hábiles contados a partir del siguiente a aquel en que se produjo la entrega por escrito de la información de la evaluación final o en su caso de la comunicación de la decisión de promoción o titulación.

La reclamación debe contener las alegaciones que justifiquen la disconformidad con la calificación o decisión adoptada. Una vez presentada en el centro, la reclamación será tramitada a través de quien ejerza la jefatura de estudios.

2. La Jefatura de estudios del centro trasladará la reclamación, en el mismo día en que se presente, al departamento didáctico que corresponda y lo comunicará a la persona que ejerce la tutoría, como responsable de la coordinación de la sesión de evaluación final.

3. Cuando la reclamación tenga por objeto la modificación de las calificaciones, el departamento que corresponda analizará la solicitud de revisión y elaborará un informe de respuesta motivado, que contendrá:

a) La descripción de los hechos y actuaciones previas.

b) El análisis de la consecución de los resultados de aprendizaje, que se realizará teniendo en cuenta los criterios de evaluación, según lo establecido en la programación didáctica correspondiente.

c) El análisis de la adecuación de los procedimientos e instrumentos de evaluación utilizados, conforme a lo señalado en la programación didáctica.

d) El análisis de la corrección en la aplicación de los criterios de calificación respecto a lo establecido en la programación didáctica.

e) La decisión adoptada respecto a la solicitud de revisión y las alegaciones presentadas.

f) Cualquier otra cuestión que pueda considerarse de interés.

4. El informe de cada departamento didáctico se presentará ante la jefatura de estudios, en el siguiente día hábil de la recepción de la reclamación. La persona titular de la jefatura de estudios del centro deberá cerciorarse de que el informe se ajusta a la presente orden y demás normativa vigente, requiriendo al correspondiente departamento las modificaciones del mismo que sean necesarias.

5. En el caso de reclamación de calificaciones, la jefatura de estudios remitirá el informe o informes a la persona a cargo de la dirección del centro; si hay modificaciones en la calificación, la persona titular de la jefatura de estudios procederá a reunir al equipo docente, en sesión excepcional, en el segundo día hábil posterior a la recepción de la reclamación para modificar el acta de evaluación. Si como consecuencia de la modificación de la calificación el alumno o



alumna está en condiciones de promocionar o titular, el equipo docente valorará esta circunstancia.

**g) EL NÚMERO MÁXIMO DE FALTAS DE ASISTENCIA NO JUSTIFICADAS O LAS ACTIVIDADES NO REALIZADAS QUE DETERMINARÁN LA IMPOSIBILIDAD DE APLICAR LA EVALUACIÓN CONTINUA Y EL PROCEDIMIENTO A SEGUIR PARA LA EVALUACIÓN DEL ALUMNADO EN ESTOS CASOS.**

Según el artículo 2, apartado 6 de ORDEN EDU/1575/2024, de 23 de diciembre, por la que se regula el proceso de evaluación del alumnado que curse enseñanzas de grados D y E del sistema de formación profesional en la Comunidad de Castilla y León, en las enseñanzas presenciales la evaluación continua del proceso formativo requiere **la asistencia regular a las actividades lectivas programadas** en los distintos módulos en los que se encuentre matriculado el alumnado. El número de faltas de asistencia que determina la imposibilidad de realizar la evaluación continua vendrá determinado en las correspondientes programaciones didácticas en las que se establecerá para ese caso el procedimiento de evaluación.

Según artículo 12 apartado 4. a) 6.º del DECRETO 24/2024, de 21 de noviembre, por el que se establece el currículo de los ciclos formativos de grado superior, correspondiente a la oferta de grado D y nivel 3 del Sistema de Formación Profesional, conducentes a la obtención del título de Técnico Superior, en la Comunidad de Castilla y León, las programaciones recogerán el **número máximo de faltas de asistencia no justificadas o las actividades no realizadas** que determinarán la imposibilidad de aplicar la evaluación continua y el procedimiento a seguir para la evaluación del alumnado en esos casos.

El alumno que falte a **20 sesiones** (15% de 132 horas=19,8 que corresponden al horario del módulo correspondiente) pierde el derecho a la evaluación continua. Esta situación implica que el profesor no tiene elementos de juicio suficientes para valorar los contenidos del módulo en su conjunto, es decir no hay una continuidad en la evaluación.

Son faltas justificadas las recogidas como tal en el RRI o en su defecto enfermedad (parte médico), citas médicas, citaciones judiciales, autorización para actividades oficiales del centro y fallecimiento de familiares (con documentación). Quiero recalcar que otras causas (trabajar para la familia, cuidar hermanos regularmente) no se consideran justificadas salvo excepcional justificación y valoración por Servicios Sociales.

La no realización de las tareas obligatorias que así se indiquen y que correspondan al 15% de los RAs supondrá la pérdida del derecho a la evaluación continua.

La pérdida de evaluación continua no supone la prohibición de asistir a clase, realizar actividades y tareas o presentarse a los exámenes parciales o de evaluación. El profesor, de hecho, recomienda asistir a clase y seguir en todo lo posible el ritmo normal del grupo (trabajos, actividades, exámenes) pues todo ello ayudará a ir preparando la materia.

Serán evaluados de la siguiente forma:

La evaluación del alumnado que ha perdido la evaluación continua consistirá en la realización de una prueba escrita (50% de la nota final) y la realización de las tareas desarrolladas durante el curso que el docente le indique en el plan de recuperación (50% de la nota final) que incluirán todos los contenidos del módulo y tomará como referencia los criterios de evaluación, dicha prueba tendrá lugar en primera evaluación final.



En caso de no obtener una calificación de 5 puntos o superior, el alumno deberá presentarse a la convocatoria de segunda evaluación final con la totalidad de los RAs no superados. En esta convocatoria su evaluación consistirá en la realización de una prueba escrita (100% de la nota final) que incluirá todos los contenidos del módulo y tomará como referencia los criterios de evaluación. En ella se especificarán claramente los criterios de calificación. La calificación deberá ser 5 puntos o superior para aprobar el módulo.

#### **h) LOS MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS Y REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

Se seguirá el texto de editorial Editex “Venta Técnica” de Juan José Castaño y Susana Jurado. Para determinados contenidos no incluidos en el manual anterior, se entregarán al alumnado documentos propios que los desarrollan, disponibles en la plataforma Microsoft Teams.

Otros recursos didácticos:

- Ordenadores
- Internet. Manejo de diferentes páginas web.
- Programas informáticos.
- Bibliografía de aula y normativa: Ley 29/1994, de 24 de noviembre, de Arrendamientos Urbanos; normativa de protección de datos (Reglamento (UE) 2016/679 y Ley Orgánica 3/2018); normativa de etiquetado y de defensa de los consumidores y usuarios.
- Dispositivo de proyección sobre pantalla.
- Presentaciones, vídeos y casos reales; Microsoft Teams y la cuenta educativa de la Junta de Castilla y León como canal de comunicación y entrega de trabajos.

#### **i) ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES.**

El alumnado participará en las actividades complementarias y extraescolares planteadas por el Departamento de Comercio y Marketing, que quedan incluidas en la programación del departamento. Para este módulo se proponen, siempre antes del inicio de la FFE:

| <b><i>Actividades<br/>complementarias y<br/>extraescolares</i></b> | <b><i>Breve descripción de la actividad</i></b>                                                                                                                                                                                                                                                                    | <b><i>Temporalización</i></b>                 |
|--------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| VISITA EMPRESA<br>LOCAL                                            | Visita a medio de comunicación y/o departamento de marketing o agencia de publicidad, el departamento de marketing/publicidad explicará formatos y actuaciones relacionadas con el marketing mix: Departamento de marketing de Cobreros y/o TV Benavente, Benavente digital, la opinión o T&D publicidad o similar | Un día                                        |
| CHARLAS,<br>PONENCIAS,<br>CURSOS o similar                         | Se realizarán charlas, ponencias, cursos o similar presenciales u online en el aula en horario de clase siempre que sean coherentes al módulo y refuercen el aprendizaje del alumno.                                                                                                                               | Momentos<br>puntuales a lo<br>largo del curso |

#### **j) MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD**

TRecogido en acuerdo de departamento de fecha 22/09/2026 e incluido en la programación del departamento de comercio y marketing.



**k) PLANIFICACIÓN DE ACTIVIDADES DE RECUPERACIÓN DEL MÓDULO PROFESIONAL PENDIENTE DE SUPERACIÓN.**

No hay alumnado de cursos anteriores con el módulo pendiente ni alumnado repetidor en el grupo. Para el alumnado que no haya superado algún RA en la evaluación previa a la FFE (finales de febrero de 2027), las actividades de recuperación se realizarán entre esa sesión y la prueba final de junio de 2027: se le entregará a través de Teams un plan individual de actividades de refuerzo sobre los criterios de evaluación no superados, con tutorías de seguimiento compatibles con su estancia en la empresa, y realizará en la prueba final de junio una prueba escrita únicamente de los RA pendientes, con los mismos criterios de calificación de esta programación. Si no supera el módulo en esa prueba final, la segunda sesión de evaluación final se celebrará en las fechas que establezca la Consejería de Educación y la Jefatura de Estudios.

En esta convocatoria su evaluación consistirá en la realización de una prueba escrita y oral que incluirá todos los contenidos del módulo y tomará como referencia los criterios de evaluación. En ella se especificarán claramente los criterios de calificación. La calificación deberá ser 5 puntos o superior para aprobar el módulo.



**ANEXO I.**

**CONTENIDOS DEL MÓDULO PROFESIONAL (contenidos básicos del Real Decreto 1688/2011, organizados por unidades de trabajo)**

**UT 1. Oferta de productos industriales (RA 1)**

- Técnicas de venta aplicadas al cliente industrial.
- Agentes comerciales. Fomento del encuentro comprador–vendedor.
- Materiales, composición e ingredientes.
- El envase y el embalaje como argumento de ventas.
- La certificación como herramienta de marketing.
- La seguridad del producto como parámetro para mantener la confianza del cliente industrial.
- Facilitadores: aseguradoras y entidades financieras.

**UT 2. Oferta comercial de servicios (RA 2)**

- Tipología de servicios.
- Objetivos en la prestación de servicios. Objetivos sociales y económicos.
- Planificación de los servicios según las necesidades de los usuarios.
- Características inherentes a los servicios.
- La intangibilidad y las propuestas para contrarrestar este factor.
- La inseparabilidad y modos de superarla.
- La heterogeneidad y la lucha en la empresa por reducirla. La caducidad inmediata y las soluciones para evitar la pérdida total.
- La concentración de la demanda en periodos puntuales y estrategias para combatirla.
- Sistemas de control de satisfacción de los usuarios en la ejecución de la oferta de servicios.

**UT 3. Venta de productos tecnológicos (RA 3)**

- El espíritu emprendedor en la búsqueda de nuevos nichos de mercado.
- La innovación y el lanzamiento de nuevos productos.
- Agrupación de funciones, nuevos usos y utilidades, novedades en el manejo, desarrollo de accesorios y complementos, y compatibilidades en sistemas y productos.
- Catálogos y manuales de instrucciones.
- Gestión de clientes poco satisfechos y sugerencias de mejora.
- Elaboración de presentaciones de novedades.
- Análisis del fenómeno de la moda y las tendencias. Previsión.
- El cliente prescriptor como punta de lanza en el mercado.
- Flexibilidad de la empresa para adaptarse a entornos cambiantes.

**UT 4. Venta de productos de alta gama (RA 4)**

- La comunicación del posicionamiento.
- El cliente que busca la marca.
- La distribución selectiva.
- La utilización de caras conocidas en la publicidad.
- Producto: los objetos exclusivos, las series limitadas y los modelos de autor.
- Imagen de marca e imagen personal. El análisis de marca.
- Técnicas de empaquetado.
- Normativa de etiquetado.



- Sistemas de alarma para productos. Políticas antihurto.

## **UT 5. Promoción de bienes inmuebles (RA 5)**

- La figura del agente comercial y del asesor comercial inmobiliario.
- La promoción de inmuebles: medios y canales.
- Comercialización de inmuebles: presencial, por teléfono y por ordenador.
- La capacidad de compra o alquiler de los potenciales clientes.
- Legislación vigente en materia de protección de datos. Política de confidencialidad de datos de la organización.
- Protección al consumidor en operaciones de compraventa y alquiler de inmuebles.
- La cartera de inmuebles. Clasificación por filtros: zona, precio, estado de habitabilidad y características.

## **UT 6. Venta de inmuebles (RA 6)**

- Tipos de inmuebles: vivienda libre, de protección oficial y cooperativas de viviendas.
- LAU. Ley de arrendamientos urbanos.
- Presentación, visita y demostración del producto inmobiliario. La visita a los inmuebles en cartera.
- Documento de visita. Documento de reserva de compra o alquiler. Escritura pública de la operación.
- Normativa reguladora de las operaciones inmobiliarias.
- Gastos de formalización de contrato. Obligaciones, desgravaciones y bonificaciones fiscales.
- Garantías reales y personales.

## **UT 7. Telemarketing (RA 7)**

- Concepto de telemarketing. Evolución hasta el BPO (business process outsourcing).
- Ventajas y factores de éxito del telemarketing. Sectores económicos de desarrollo del telemarketing.
- El profesigramo del teleoperador.
- Pautas para la excelencia en la comunicación telefónica. Tipología de interlocutores.
- Aplicaciones del uso del teléfono en operaciones comerciales. Investigación comercial por teléfono.
- El proceso de la venta telefónica.
- Los ratios en la medición de la excelencia, calidad y eficiencia del servicio en las actuaciones de telemarketing.