

 Junta de Castilla y León Consejería de Educación	IES CLAUDIO MOYANO		
	PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA DE MÓDULO: GESTIÓN DE REDES SOCIALES Y ESTRATEGIA DE CONTENIDOS DIGITALES		
	Página 1 de 21		

IDENTIFICACIÓN DEL MÓDULO

Profesor	Curso	Año
Silvia Figal Blanco	MP2	2025/2026
Duración	Horas / semana	Código
54 horas	3	CL2201
UNIDAD DE COMPETENCIA (Estándar de competencia):		
No está relacionado con ninguna unidad de competencia		
OBJETIVO BASE:		
Definir y gestionar la estrategia de comunicación basada en redes sociales.		
LEGISLACIÓN GENERAL:		
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. 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. 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. ORDEN EDU/1285/2024, de 26 de noviembre, por la que se establece el currículo de los ciclos formativos de grado básico, correspondiente a la oferta de grado D y nivel 1, del sistema de formación profesional, conducente a la obtención de los títulos de Técnico Básico y Graduado en Educación Secundaria Obligatoria, en la Comunidad de Castilla y León Proyecto de decreto por el que se establece el currículo de los cursos de especialización de grado medio y de grado superior, correspondiente a la oferta de grado e, niveles 2 y 3 del sistema de formación profesional, conducentes a la obtención de los títulos de especialista y de máster de formación profesional, en la comunidad de castilla y león. Proyecto de Orden, 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/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.		
LEGISLACIÓN ESPECÍFICA:		
REAL DECRETO POR EL QUE SE ESTABLECE EL TÍTULO	MODIFICACIÓN DEL DECRETO POR EL QUE SE ESTABLECE EL TÍTULO:	ORDEN AUTONÓMICA POR LA QUE SE CONCRETAN ASPECTOS ESPECÍFICOS DEL CURRÍCULO:
Real Decreto 1571/2011, de 4 de noviembre, por el que se establece el Título de Técnico Superior en Marketing y Publicidad y se fijan sus enseñanzas mínimas.	Real Decreto 500/2024, de 21 de mayo, por el que se modifican determinados reales decretos por los que se establecen títulos de Formación Profesional de grado superior y se fijan sus enseñanzas mínimas.	ORDEN EDU/411/2025, de 15 de abril, por la que se concreta la optatividad en las enseñanzas de grado D, niveles 2 y 3 del Sistema de Formación Profesional y se

establece el procedimiento de oferta y autorización de complementos de formación de los grados D y E, niveles 2 y 3 del Sistema de Formación Profesional, en la Comunidad de Castilla y León.

COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES (COMPETENCIAS PROFESIONALES Y PARA LA EMPLEABILIDAD) RELACIONADAS CON EL MÓDULO PROFESIONAL

- c) Planificar y desarrollar acciones de marketing digital, gestionando páginas web y sistemas de comunicación a través de Internet, para lograr los objetivos de marketing y de la política de comercio electrónico de la empresa.
- f) Diseñar la política de relaciones públicas de la empresa y organizar y gestionar eventos de marketing y comunicación, interpretando el briefing, contratando proveedores, actores y agentes, asistiendo, dirigiendo y supervisando los eventos, para cumplir con lo establecido en la política de comunicación del plan de marketing.
- h) Elaborar el plan de medios publicitarios de la empresa, combinándolos adecuadamente, y realizar su seguimiento y control para lograr su ejecución y eficacia.
- i) Gestionar el lanzamiento e implantación de productos y/o servicios en el mercado, aplicando las estrategias de marketing y las acciones promocionales adecuadas, de acuerdo con lo establecido en el plan de marketing de la empresa u organización.
- j) Elaborar materiales publipromocionales e informativos, respetando la normativa vigente en materia de publicidad y utilizando técnicas y aplicaciones informáticas de edición y diseño en diversos soportes, para difundirlos según los planes programados.
- l) Adaptarse a las nuevas situaciones laborales, manteniendo actualizados los conocimientos científicos, técnicos y tecnológicos relativos a su entorno profesional, gestionando su formación y los recursos existentes en el aprendizaje a lo largo de la vida y utilizando las tecnologías de la información y la comunicación.
- ñ) Comunicarse con sus iguales, superiores, clientes y personas bajo su responsabilidad, utilizando vías eficaces de comunicación, transmitiendo la información o conocimientos adecuados y respetando la autonomía y competencia de las personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.

OBJETIVOS GENERALES DEL CICLO FORMATIVO RELACIONADOS CON EL MÓDULO PROFESIONAL

CFGS MARKETING Y PUBLICIDAD:

- c) Utilizar las nuevas tecnologías de la comunicación a través de Internet, construyendo, alojando y manteniendo páginas web corporativas y gestionando los sistemas de comunicación digitales, para planificar y realizar acciones de marketing digital.
- l) Realizar propuestas de combinación de medios y soportes publicitarios, respetando la normativa vigente en materia de publicidad y redactando informes de control de emisión y cursaje, para elaborar el plan de medios publicitarios.
- m) Elaborar el argumentario de ventas del producto o servicio para su presentación a la red de ventas y definir las acciones de marketing y de promoción comercial, analizando datos del sistema de información de mercados y el briefing del producto, para gestionar el lanzamiento e implantación de productos y/o servicios en el mercado.
- n) Aplicar técnicas de comunicación publicitaria persuasivas y de atracción del cliente, seleccionando contenidos, textos e imágenes y utilizando el estilo propio de la comunicación comercial e informativa de la empresa para elaborar materiales publipromocionales e informativos.
- o) Analizar y utilizar los recursos y oportunidades de aprendizaje relacionados con la evolución científica, tecnológica y organizativa del sector y las tecnologías de la información y la comunicación, para mantener el espíritu de actualización y adaptarse a nuevas situaciones laborales y personales.
- p) Desarrollar la creatividad y el espíritu de innovación para responder a los retos que se presentan en los procesos y en la organización del trabajo y de la vida personal.
- q) Tomar decisiones de forma fundamentada, analizando las variables implicadas, integrando saberes de distinto ámbito y aceptando los riesgos y la posibilidad de equivocación en las mismas, para afrontar y resolver distintas situaciones, problemas o contingencias.
- s) Aplicar estrategias y técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a la finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia en los procesos de comunicación.
- u) Identificar y proponer las acciones profesionales necesarias, para dar respuesta a la accesibilidad universal y al «diseño para todos».

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

RA	CE
RA1: Conoce los conceptos sobre redes sociales y su influencia en la estrategia de marketing.	a) Se ha identificado la importancia actual de las redes sociales dentro la estrategia de marketing global. b) Se han analizado las características y perfiles de usuarios de las diferentes redes sociales. c) Se han examinado las ventajas y desventajas e las diferentes redes sociales.
RA2: Planifica y organiza una estrategia de comunicación en redes sociales acorde con la imagen de marca deseada y fomentando la interacción con las audiencias objetivo.	a) Se han definido objetivos de la estrategia de contenido digital, alineándolos con los objetivos de marketing de la organización. b) Se han examinado los hábitos de uso de las redes sociales en la sociedad actual. c) Se han elaborado los documentos corporativos específicos de redes sociales: plan de comunicación, mapa de contenido y calendario editorial. d) Se han creado y actualizado perfiles en las distintas redes sociales.
RA3: Crea y gestiona contenidos acordes a la estrategia de comunicación en redes sociales.	a) Se ha determinado contenidos digitales adecuados a cada público. b) Se han generado contenidos audiovisuales y fotográficos utilizando diversas herramientas de creación de contenidos digitales. c) Se ha adecuado los contenidos y el estilo de la publicación al público objetivo. d) Se ha ajustado los contenidos y el estilo de la publicación a la guía de estilo de marca. e) Se ha aplicado la normativa de protección de datos personales durante todo el proceso.
RA4: Gestiona eficazmente comunidades digitales y usuarios.	a) Se ha identificado los actores intervinientes en social media. b) Se ha aplicado los procedimientos de gestión de crisis e incidencias. c) Se ha reflexionado acerca las reglas básicas de comportamiento que se deben poner en práctica al usar internet. d) Se ha puesto en práctica técnicas de comunicación, negociación y resolución de conflictos a través redes sociales.
RA5: Aplica acciones de monitorización, control y evaluación en redes sociales identificando tendencias y oportunidades de mejora.	a) Se han utilizado diversas herramientas de monitorización de redes sociales. b) Se han interpretado los datos analizados, identificando tendencias, patrones y/o predicciones del comportamiento de consumo de los contenidos digitales. c) Se han aplicado las conclusiones derivadas de los datos analizados sobre los contenidos digitales, optimizando y retroalimentando las actuaciones realizadas sobre ellos.

CONTENIDOS

- 1) Caracterización de las redes sociales:
 - a) Las redes sociales como parte de la estrategia de marketing.
 - b) Ventajas y desventajas de participar en redes sociales.
 - c) Tipos, características y posibilidades.
- 2) Creación de una estrategia de comunicación en redes sociales:
 - a) Alineamiento con el plan de marketing establecido.
 - b) Hábitos de uso de las redes.
 - c) Tipos de acciones y alineamiento al público objetivo.
 - d) Creación de perfiles en redes sociales
 - e) Calendario editorial de contenido: planificación temporal, utilidades, características y tipos.
- 3) Creación de contenidos.
 - a) Los contenidos digitales en el centro de la estrategia modernas de marketing.
 - b) Tipos de contenidos digitales: textos, imágenes, audios y vídeos.
 - c) Elaborar contenidos: blog, ebook, newsletters, vídeos, infografías e imágenes, presentaciones, webinars, podcasts, diccionarios o FAQ.
 - d) Herramientas de creación de contenidos, edición de imágenes y video.
- 4) Guía estilística de la marca: pautas y estrategias.
 - a) Gestión de comunidades digitales y usuarios.
 - b) Actores intervinientes en social media: Influencers, blogger y comunidades.
 - c) Procedimiento de gestión de crisis e incidencias.
 - d) Normas de cortesía en el trato con el cliente, los tratos protocolarios. La netiqueta.
 - e) Técnicas de comunicación, negociación y resolución de conflictos a través redes sociales.
- 5) Aplicación de acciones de monitorización, control y evaluación en redes sociales.
 - a) La escucha social.
 - b) Herramientas de analítica aplicable a redes sociales: medición y análisis.
 - c) Identificación de tendencias a través del seguimiento.
 - d) Optimización de contenido.

 Junta de Castilla y León Consejería de Educación	IES CLAUDIO MOYANO		
	PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA DE MÓDULO: GESTIÓN DE REDES SOCIALES Y ESTRATEGIA DE CONTENIDOS DIGITALES		
	Página 6 de 21		

UNIDADES DE TRABAJO				
Temporalización y secuenciación				
TRIM.	UNIDADES	HORAS	COMIENZO	FIN
1	UT0: Presentación del módulo.	1	16-09-2025	16-09-2025
	UT1: Las redes sociales.	10	18-09-2025	09-10-2025
	UT2: Creación de una estrategia de comunicación en redes sociales.	11	10-10-2025	06-11-2025
	UT3: Creación de contenidos en redes sociales.	12	07-11-2025	04-12-2025
	UT4: Guía estilística de la marca: pautas y estrategias.	10	05-12-2025	12-01-2026
2	UT5: Acciones de monitorización, control y evaluación en redes sociales.	10	15-01-2026	05-02-2026

Este módulo no se trabaja en la FFE al no tener unidad de competencia.

UNIDADES DE TRABAJO

Relación de los resultados de aprendizaje con las unidades de trabajo

	UT1	UT2	UT3	UT4	UT5	FEE
RA1	x					
RA2		x				
RA3			x			
RA4				x		
RA5					x	

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 libro de texto, se apoyarán en el material facilitado por el profesor (apuntes, ejercicios y diapositivas), así como revistas técnicas, manuales, bibliografía de aula y consultas on line en internet.
- 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.

RECURSOS DIDÁCTICOS Y MATERIALES

En cuanto a las instalaciones, contamos con un aula polivalente.

La profesora dará explicaciones y esquemas; propondrá ejercicios y trabajos prácticos tanto manuales como informáticos, y se servirá de los recursos del aula: PC's, red, retroproyector; software.

TIC

Necesidad de utilización de aula con equipos informáticos y videoprojector, internet y software Microsoft Office 365.

Además, se utilizarán redes sociales (Facebook, Instagram, X, Tik Tok, LinkedIn, Youtube, etc.), programas de análisis SEO y SEM y aplicaciones de Inteligencia Artificial para la creación de contenidos.

Utilización de plataformas educativas: Teams y aula virtual.

PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

La evaluación será continua, se adaptará a las diferentes metodologías de aprendizajes, y 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 (al final de cada curso).**

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 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 de evaluación y forma de calificación:

- Las pruebas escritas contendrán una parte tipo test, en la que se indicará la puntuación por pregunta correcta y se marcará claramente la penalización por pregunta en blanco o fallida, y una parte de preguntas de teoría y ejercicios prácticos. Al lado de cada pregunta se indicará su puntuación.
- Se realizarán trabajos, tareas y actividades, individuales y en grupo, que tendrán que entregar a través del Teams, estas se calificarán utilizando rúbricas que estarán a disposición del alumnado antes de comenzar la tarea.
- 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 subjetiva del tutor dual de empresa trasladándose a una rúbrica para obtener una calificación de 0 a 10.

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 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 supongan más de un 20% de la carga horaria del módulo profesional. Este hecho será comunicado por el profesor según establece el procedimiento reflejado en el RRI.

EVALUACIÓN PARCIAL TRIMESTRAL: 1^{ER} TRIMESTRE

Esta evaluación trimestral servirá para valorar el progreso del alumnado y adoptar decisiones sobre su proceso de aprendizaje.
Para la calificación trimestral se considerarán las calificaciones de obtenidas en los instrumentos de evaluación utilizados.
Las calificaciones obtenidas igualmente tienen que poder demostrar la superación de los diferentes resultados de aprendizaje.

INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

PONDERACIÓN RA MÓDULO	PONDERACIÓN RA TRIMESTRE	UT1	UT2	UT3	UT4	FEE	NOTA	NOTA POR RA PONDERADA 1 ^{ER} TRIMESTRE
RA1 (20%)	RA1 (25%)	Prueba escrita (100%)					Nota prueba UT1	(NOTA x 100) /25
RA2 (20%)	RA2 (25%)		Prueba escrita (30%) Actividades prácticas (70%)				(Nota prueba UT2 x 30%) + (Nota actividades x 70%)	(NOTA x 100) /25
RA3 (20%)	RA3 (25%)			Prueba escrita (30%) Actividades prácticas (70%)			(Nota prueba UT3 x 30%) + (Nota actividades x 70%)	(NOTA x 100) /25
RA4 (20%)	RA4 (25%)				Prueba escrita (30%) Actividades prácticas (70%)		(Nota prueba UT4 x 30%) + (Nota actividades x 70%)	(NOTA x 100) /25
	NOTA 1 ^{ER} TRIMESTRE: nota RA1 (25%) + nota RA2 (25%) + nota RA3 (25%) + nota RA4(25%)							

SI UN RA NO ESTÁ SUPERADO Y LA PONDERACIÓN RESULTARA UN 5 O MÁS DE 5, LA NOTA SERÍA UN 4 (ESTARÍA PENDIENTE DE RECUPERAR ESE RA).
Si algún RA no se puede impartir/evaluar la ponderación se reajustará de forma equilibrada entre los RA impartidos.

EVALUACIÓN PARCIAL TRIMESTRAL: 2º TRIMESTRE Y NOTA FINAL DEL MÓDULO

Esta evaluación trimestral servirá para valorar el progreso del alumnado y adoptar decisiones sobre su proceso de aprendizaje.
Para la calificación trimestral se considerarán las calificaciones de obtenidas en los instrumentos de evaluación utilizados.
Las calificaciones obtenidas igualmente tienen que poder demostrar la superación de los diferentes resultados de aprendizaje.

INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN								
PONDERACIÓN RA MÓDULO	PONDERACIÓN RA TRIMESTRE	UT5				FEE	NOTA	NOTA POR RA PONDERADA 2º TRIMESTRE
RA5 (20%)	RA5 (100%)	Prueba escrita (30%) Actividades prácticas (70%)					(Nota prueba UT5 x 30%) + (Nota actividades x 70%)	NOTA x 100/20
NOTA 2º TRIMESTRE (NOTA FINAL DEL MÓDULO): nota RA1 (20%) + nota RA2 (20%) + nota RA3 (20%) + nota RA4(20%) + nota RA5 (20%)								
SI UN RA NO ESTÁ SUPERADO Y LA PONDERACIÓN RESULTARA UN 5 O MÁS DE 5, LA NOTA SERÍA UN 4 (ESTARÍA PENDIENTE DE RECUPERAR ESE RA). Si algún RA no se puede impartir/evaluar la ponderación se reajustará de forma equilibrada entre los RA impartidos.								

EVALUACIÓN PRIMERA FINAL

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

En esta evaluación se evaluarán los RA no superados en las evaluaciones parciales.

Una vez superados los RA, la nota final se calculará con la ponderación establecida para cada RA (los superados en evaluaciones parciales y los superados en la evaluación primera final).

Si algún RA está suspenso, se hará media con él. Es necesario obtener una calificación mínima de un 5 en cada RA para aprobar. Si un RA no está superado y la ponderación resultara un 5 o más de 5, la nota sería un 4 (estaría pendiente de recuperar ese RA).

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 teórico-práctica (100%) (UT1)
RA2	20%	Prueba teórico-práctica (100%) (UT2)
RA3	20%	Prueba teórico-práctica (100%) (UT3)
RA4	20%	Prueba teórico-práctica (100%) (UT4)
RA5	20%	Prueba teórico-práctica (100%) (UT5)
TOTAL	100%	

EVALUACIÓN SEGUNDA FINAL

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

En esta evaluación se evaluarán los RA no superados en la evaluación primera final.

Una vez superados los RA, la nota final se calculará con la ponderación establecida para cada RA (los superados en la primera final y los superados en la evaluación segunda final).

Si algún RA está suspenso, se hará media con él. Es necesario obtener una calificación mínima de un 5 en cada RA para aprobar. Si un RA no está superado y la ponderación resultara un 5 o más de 5, la nota sería un 4 (estaría pendiente de recuperar ese RA).

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 teórico-práctica (100%) (UT1)
RA2	20%	Prueba teórico-práctica (100%) (UT2)
RA3	20%	Prueba teórico-práctica (100%) (UT3)
RA4	20%	Prueba teórico-práctica (100%) (UT4)
RA5	20%	Prueba teórico-práctica (100%) (UT5)
TOTAL	100%	

EVALUACIÓN DEL ALUMNADO CON PÉRDIDA DE EVALUACIÓN CONTÍNUA

El alumno perderá la evaluación continua si supera el 15% de inasistencia a las actividades lectivas, manteniendo el derecho de asistencia a clase. La falta de entrega de todas las prácticas o trabajos supondrá la pérdida del derecho a la evaluación continua y poder presentarse a las pruebas parciales.

En caso de pérdida de la evaluación continua, para superar el módulo formativo, el alumno deberá presentarse a una prueba teórico-práctica de la totalidad de la materia del módulo, que se realizará a final de curso. Los instrumentos de evaluación y la calificación de cada RA serán como los determinados en la primera final y la segunda final según la evaluación que corresponda.

EVALUACIÓN: PROCEDIMIENTOS DE RECUPERACIÓN

Recuperación tras la evaluación parcial trimestral

Con objeto de favorecer que el alumnado pueda superar sus dificultades, para los alumnos con evaluación parcial suspensa del módulo profesional se celebrarán actividades de recuperación parcial para los resultados de aprendizaje no superados (cada alumno según sus resultados de aprendizaje no superados):

1ª evaluación (RA1, RA2, RA3 y RA4):

RESULTADO DE APRENDIZAJE	SISTEMA DE RECUPERACIÓN
RA1	Prueba teórico-práctica UT1
RA2	Prueba teórico-práctica UT2
RA3	Prueba teórico-práctica UT3
RA4	Prueba teórico-práctica UT4

2ª evaluación (RA5):

RESULTADO DE APRENDIZAJE	SISTEMA DE RECUPERACIÓN
RA5	Prueba teórico-práctica UT5

La calificación obtenida en la recuperación para cada resultado de aprendizaje sustituirá a la que se hubiera obtenido con anterioridad (siempre que sea superior a la que se obtuvo).

EVALUACIÓN: PROCEDIMIENTOS DE RECUPERACIÓN

Recuperación tras la evaluación primera final

El alumnado que no supere el módulo en la primera convocatoria final deberá presentarse a la segunda convocatoria final. Los alumnos en esta situación serán informados de las actividades de recuperación de aprendizajes diseñadas, permitiendo así la mejora de su aprendizaje para que puedan superar el módulo profesional, de acuerdo con el siguiente sistema de recuperación (cada alumno según sus resultados de aprendizaje no superados):

RESULTADO DE APRENDIZAJE	SISTEMA DE RECUPERACIÓN
RA1	Prueba teórico-práctica UT1
RA2	Prueba teórico-práctica UT2
RA3	Prueba teórico-práctica UT3
RA4	Prueba teórico-práctica UT4
RA5	Prueba teórico-práctica UT5

EVALUACIÓN: OTRAS CUESTIONES

ACTUACIÓN EN CASO DE COPIA EN EXÁMENES

Sorprender a un alumno o alumna copiando en cualquiera de las pruebas mencionadas, ya sea utilizando técnicas tales como “chuletas”, cambio de páginas, hablar con compañeros/as u observar su examen, consultar o utilizar cualquier material para el que no haya sido autorizado, ya sea en papel o de tipo electrónico; utilizar técnicas tecnológicas, como el uso de auriculares u otros aparatos electrónicos, supondrá la calificación de cero en dicho examen. En caso de reincidencia, automáticamente significará un suspenso directo en el módulo. Para poder superar el módulo, el/la alumno/a deberá presentarse a una prueba teórico-práctica de la totalidad de la materia del módulo, que se realizará a final de curso. Todo ello quedará reflejado en el acta del departamento y se informará a Jefatura de Estudios.

Si se tiene la sospecha de que algunas de las respuestas del examen pueden estar copiadas por ser demasiado literales u otro motivo, la profesora puede proponer al alumno una prueba oral.

ACTUACIÓN EN CASO DE PLAGIO

Si en el transcurso de la realización de algún trabajo, práctica o tarea, algún alumno/a es sorprendido/a plagiando o utilizando de manera indebida y sin autorización la inteligencia artificial, automáticamente significará un suspenso directo en dicha actividad. Para poder superar dicha actividad, el/la alumno/a deberá repetirla y realizar un trabajo extra que le encomendará la profesora.

ACTUACIÓN EN CASO DE NO PRESENTARSE A LAS PRUEBAS DE EVALUACIÓN

Únicamente se repetirán las pruebas cuya asistencia sea justificada. Para ello, el/la alumno/a deberá aportar justificante el primer día que se incorpore a las clases tras su ausencia, y ese mismo día se le realizará la prueba de evaluación.

MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD Y ADAPTACIONES CURRICULARES

En el caso de tener alumnado con necesidades especiales, se estudiará junto equipo de orientación del centro, y el equipo educativo, qué medidas se deberían realizar. En tal caso serían adaptaciones metodológicas, procesos y procedimientos, nunca curriculares.

REVISIONES DE EXÁMENES, ACLARACIONES Y RECLAMACIONES DE LA CALIFICACIÓN

Las revisiones de examen con el profesor se deberán formular en el plazo de dos días hábiles desde el conocimiento de la nota.

El procedimiento de aclaración de nota asociada a las evaluaciones trimestrales viene recogido en el artículo 18 de la Orden Edu/1575/2024 de 23 de diciembre en el que indica que se podrán solicitar las aclaraciones pertinentes por desacuerdo se realizarán el primer día hábil después de la comunicación de resultados.

El procedimiento de reclamación de nota final viene recogido en el artículo 19 de la Orden Edu/1575/2024 de 23 de diciembre en el que indica que se presentara ante la dirección del centro, en dos días hábiles a partir del siguiente del conocimiento de los resultados. La reclamación debe contener las alegaciones que justifiquen la conformidad.

ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES

No se ha programado ninguna actividad complementaria ni extraescolar para este curso académico.

EVALUACIÓN DE LA PRACTICA DOCENTE

La profesora recogerá de forma sistemática datos sobre la impartición del módulo que permitan mejorar su propia práctica docente. El cumplimiento de la secuenciación temporal de las unidades, la consecución de objetivos por parte de la mayor parte de los alumnos, su opinión sobre la metodología empleada pueden ser indicadores muy valiosos para la mejora de la práctica docente.