IDENTIFICACIÓN DEL MÓDULO

Profesor	Curso	Año
María Azucena Sánchez Sánchez	1º	2026/2027
Duración	Equivalencia en créditos ECTS	Código
132 horas (4 horas/semana)	8	1010

UNIDAD DE COMPETENCIA (Estándar de competencia):

UC0993_3: Preparar la información e instrumentos necesarios para la investigación de mercados.

OBJETIVO BASE:

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar las funciones relacionadas con la obtención, tratamiento, análisis y presentación de la información necesaria para la toma de decisiones de marketing.

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:
RD 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.	Decreto 83/2015, de 30 de diciembre, por el que se establece el currículo correspondiente al Título de Técnico Superior en Marketing y Publicidad en la Comunidad de Castilla y León. ORDEN EDU/1347/2024, de 26 de noviembre, por la que se concretan los aspectos específicos del currículo del Ciclo Formativo de Grado Superior en Marketing y Publicidad de laComunidad de Castilla Y León.

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

d) Obtener, analizar y organizar información fiable de los mercados, aplicando técnicas estadísticas y establecer un sistema de información eficaz (SIM), que sirva de apoyo en la definición de estrategias comerciales y en la toma de decisiones de marketing.

l) Adaptarse a las nuevas situaciones laborales, manteniendo actualizados los conocimientos científicos, técnicos y tecnológicos relativos a su entorno profesional, gestionando su formación y los recursos existentes en el aprendizaje a lo largo de la vida y utilizando las tecnologías de la información y la comunicación.

m) Resolver situaciones, problemas o contingencias con iniciativa y autonomía en el ámbito de su competencia, con creatividad, innovación y espíritu de mejora en el trabajo personal y en el de los miembros del equipo.

n) Organizar y coordinar equipos de trabajo con responsabilidad, supervisando el desarrollo del mismo, manteniendo relaciones fluidas y asumiendo el liderazgo, así como aportando soluciones a los conflictos grupales que se presenten.

ñ) Comunicarse con sus iguales, superiores, clientes y personas bajo su responsabilidad, utilizando vías eficaces de comunicación, transmitiendo la información o conocimientos adecuados y respetando la autonomía y competencia de las personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.

o) Generar entornos seguros en el desarrollo de su trabajo y el de su equipo, supervisando y aplicando los procedimientos de prevención de riesgos laborales y ambientales, de acuerdo con lo establecido por la normativa y los objetivos de la empresa.

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

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

OBJETIVOS GENERALES DEL CICLO FORMATIVO RELACIONADOS CON EL MÓDULO PROFESIONAL

d) Diseñar planes de investigación comercial, determinando las necesidades de información, recogiendo los datos secundarios y primarios necesarios para obtener y organizar información fiable de los mercados.

e) Elaborar informes comerciales, analizando la información obtenida del mercado mediante la aplicación de técnicas estadísticas, para establecer un sistema de información de marketing eficaz (SIM),

o) Analizar y utilizar los recursos y oportunidades de aprendizaje relacionados con la evolución científica, tecnológica y organizativa del sector y las tecnologías de la información y la comunicación, para mantener el espíritu de actualización y adaptarse a nuevas situaciones laborales y personales.

p) Desarrollar la creatividad y el espíritu de innovación para responder a los retos que se presentan en los procesos y en la organización del trabajo y de la vida personal.

q) Tomar decisiones de forma fundamentada, analizando las variables implicadas, integrando saberes de distinto ámbito y aceptando los riesgos y la posibilidad de equivocación en las mismas, para afrontar y resolver distintas situaciones, problemas o contingencias.

r) Desarrollar técnicas de liderazgo, motivación, supervisión y comunicación en contextos de trabajo en grupo, para facilitar la organización y coordinación de equipos de trabajo.

s) Aplicar estrategias y técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a la finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia en los procesos de comunicación.

t) Evaluar situaciones de prevención de riesgos laborales y de protección ambiental, proponiendo y aplicando medidas de prevención personales y colectivas, de acuerdo con la normativa aplicable en los procesos de trabajo, para garantizar entornos seguros.

u) Identificar y proponer las acciones profesionales necesarias, para dar respuesta a la accesibilidad universal y al «diseño para todos».

v) Identificar y aplicar parámetros de calidad en los trabajos y actividades realizados en el proceso de aprendizaje, para valorar la cultura de la evaluación y de la calidad y ser capaces de supervisar y mejorar procedimientos de gestión de calidad.

x) Reconocer sus derechos y deberes como agente activo en la sociedad, teniendo en cuenta el marco legal que regula las condiciones sociales y laborales, para participar como ciudadano democrático.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN	
RA	**CE**
RA1. Analiza las variables del mercado y del entorno de la empresa u organización, valorando su influencia en la actividad de la empresa y en la aplicación de las diferentes estrategias comerciales.	a) Se han identificado las variables del sistema comercial, controlables y no controlables por la empresa, que se han de tener en cuenta para la definición y aplicación de estrategias comerciales. b) Se han analizado los efectos de los principales factores del microentorno en la actividad comercial de la organización. c) Se ha analizado el impacto de las principales variables del macroentorno en la actividad comercial de la empresa u organización. d) Se han identificado las principales organizaciones e instituciones económicas que regulan o influyen en la actividad de los mercados. e) Se han analizado las necesidades del consumidor y se han clasificado según la jerarquía o el orden de prioridad en la satisfacción de las mismas. f) Se han analizado las fases del proceso de compra del consumidor y las variables internas y externas que influyen en el mismo. g) Se han aplicado los principales métodos de segmentación de mercados, utilizando distintos criterios. h) Se han definido distintos tipos de estrategias comerciales, aplicando la segmentación del mercado.
RA2. Configura un sistema de información de marketing (SIM) adaptado a las necesidades de información de la empresa, definiendo las fuentes de información, los procedimientos y las técnicas de organización de los datos	a) Se han determinado las necesidades de información de la empresa para la toma de decisiones de marketing. b) Se ha clasificado la información en función de su naturaleza, del origen o procedencia de los datos y de la disponibilidad de los mismos. c) Se han caracterizado los subsistemas que integran un SIM, analizando las funciones y objetivos de cada uno de ellos. d) Se han identificado los datos que son procesados y organizados por un sistema de información de marketing. e) Se han analizado las características de idoneidad que debe poseer un SIM, su tamaño, finalidad y objetivos, en función de las necesidades de información de la empresa u organización. f) Se han clasificado los datos según la fuente de información de la que proceden. g) Se han aplicado técnicas estadísticas para el tratamiento, análisis y organización de los datos, y para transformarlos en información útil para la toma de decisiones de la empresa u organización. h) Se han utilizado herramientas informáticas para el tratamiento, registro e incorporación de la información a la base de datos de la empresa, así como su actualización permanente, de forma que pueda ser utilizada y consultada de manera ágil y rápida.

RA3. Elabora el plan de la investigación comercial, definiendo los objetivos y finalidad del estudio, las fuentes de información y los métodos y técnicas aplicables para la obtención, tratamiento y análisis de los datos.	a) Se ha establecido la necesidad de realizar un estudio de investigación comercial. b) Se han identificado las fases de un proceso de investigación comercial. c) Se ha identificado y definido el problema o la oportunidad que se presenta en la empresa y que se pretende investigar. d) Se ha establecido el propósito de la investigación que hay que realizar, determinando la necesidad de información, el tiempo disponible para la investigación y el destino o persona que va a utilizar los resultados de la investigación. e) Se han formulado de forma clara y concreta los objetivos generales y específicos de la investigación, expresándolos como cuestiones que hay que investigar o hipótesis que se van a contrastar. f) Se ha determinado el diseño o tipo de investigación que hay que realizar, exploratoria, descriptiva o causal, en función de los objetivos que se pretenden. g) Se ha elaborado el plan de la investigación, estableciendo el tipo de estudio que hay que realizar, la información que hay que obtener, las fuentes de datos, los instrumentos para la obtención de la información, las técnicas para el análisis de los datos y el presupuesto necesario. h) Se han identificado las fuentes de información, primarias y secundarias, internas y externas, que pueden facilitar la información necesaria para la investigación, atendiendo a criterios de fiabilidad, representatividad y coste.
RA4. Organiza la información secundaria disponible, de acuerdo con las especificaciones y criterios establecidos en el plan de investigación, valorando la suficiencia de los datos respecto a los objetivos de la investigación.	a) Se han seleccionado los datos de las fuentes de información online y offline, de los sistemas de información de mercados y bases de datos internas y externas, de acuerdo con los criterios, plazos y presupuesto establecidos en el plan de investigación comercial. b) Se han establecido procedimientos de control para asegurar la fiabilidad y representatividad de los datos obtenidos de las fuentes secundarias y rechazar aquellos que no cumplan los estándares de calidad, actualidad y seguridad definidos. c) Se ha clasificado y organizado la información obtenida de las fuentes secundarias, presentándola de forma ordenada para su utilización en la investigación, en el diseño del trabajo de campo o en la posterior fase de análisis de datos. d) Se ha analizado la información disponible, tanto cuantitativamente, para determinar si es suficiente para desarrollar la investigación, como cualitativamente, aplicando criterios utilidad, fiabilidad y representatividad, para evaluar su adecuación al objeto de estudio. e) Se han detectado las necesidades de completar la información obtenida con la información primaria, comparando el grado de satisfacción de los objetivos planteados en el plan de investigación con la información obtenida de fuentes secundarias. f) Se ha procesado y archivado la información, los resultados y las conclusiones obtenidas, utilizando los procedimientos establecidos, para su posterior recuperación y consulta, de forma que se garantice su integridad y actualización permanente.

RA5. Obtiene información primaria de acuerdo con las especificaciones y criterios establecidos en el plan de investigación, aplicando procedimientos y técnicas de investigación cualitativa y/o cuantitativa para la obtención de datos.	a) Se han identificado las técnicas y procedimientos para la obtención de información primaria en estudios comerciales y de opinión, de acuerdo con los objetivos establecidos en el plan de investigación comercial. b) Se han definido los parámetros esenciales para juzgar la fiabilidad y la relación coste-beneficio de los métodos de recogida de información de fuentes primarias. c) Se han determinado los instrumentos necesarios para obtener información cualitativa, mediante entrevistas en profundidad, dinámica de grupos, técnicas proyectivas, técnicas de creatividad y/o mediante la observación, definiendo su estructura y contenido. d) Se han diferenciado los distintos tipos de encuestas ad hoc para la obtención de datos primarios, analizando las ventajas e inconvenientes de la encuesta personal, por correo, por teléfono o a través de Internet. e) Se han descrito las ventajas de la utilización de medios informáticos, tanto en encuestas personales, como telefónicas o a través de la web (CAPI, MCAPI, CATI y CAWI). f) Se ha seleccionado la técnica y el procedimiento de recogida de datos más adecuado a partir de unos objetivos de investigación, tiempo y presupuesto determinados. g) Se han diseñado los cuestionarios y la guía de la entrevista o encuesta, necesarios para obtener la información, de acuerdo con las instrucciones recibidas, comprobando la redacción, comprensibilidad y coherencia de las preguntas, la extensión del cuestionario y la duración de la entrevista, utilizando las aplicaciones informáticas adecuadas. h) Se han descrito los paneles como instrumentos de recogida de información primaria cuantitativa, analizando diferentes tipos de paneles de consumidores, paneles de detallistas y paneles de audiencias.
RA6. Determina las características y el tamaño de la muestra de la población objeto de la investigación, aplicando técnicas de muestreo para la selección de la misma.	a) Se han identificado las distintas variables que influyen en el cálculo del tamaño de la muestra en un estudio comercial. b) Se han caracterizado los distintos métodos y técnicas de muestreo, probabilístico y no probabilístico, aplicables para la selección de una muestra representativa de la población en una investigación comercial, analizando sus ventajas e inconvenientes. c) Se han analizado comparativamente las técnicas de muestreo probabilístico y no probabilístico, señalando sus ventajas e inconvenientes. d) Se ha descrito el proceso de desarrollo del muestreo aleatorio simple, analizando sus ventajas y las limitaciones que conlleva. e) Se ha descrito el proceso de muestreo, aplicando las diferentes técnicas de muestreo probabilístico, sistemático, estratificado, por conglomerados o por áreas, polietápico y por ruta aleatoria, analizando las ventajas e inconvenientes. f) Se ha analizado el proceso de muestreo, aplicando diferentes técnicas de muestreo no probabilístico, por conveniencia, por juicios, por cuotas y bola de nieve. g) Se ha calculado el tamaño óptimo de la muestra, las características y elementos que la componen y el procedimiento aplicable para la obtención de la misma.

RA7. Realiza el tratamiento y análisis de los datos obtenidos y elabora informes con las conclusiones, aplicando técnicas de análisis estadístico y herramientas informáticas.	a) Se han codificado, tabulado y representado gráficamente los datos obtenidos en la investigación comercial, de acuerdo con las especificaciones recibidas. b) Se han calculado las medidas estadísticas de tendencia central y de dispersión de datos más significativas y las medidas que representan la forma de la distribución. c) Se han aplicado técnicas de inferencia estadística, para extrapolar los resultados obtenidos en la muestra a la totalidad de la población con un determinado grado de confianza y admitiendo un determinado nivel de error muestral. d) Se han determinado los intervalos de confianza y los errores de muestreo. e) Se han utilizado hojas de cálculo para el análisis de los datos y el cálculo de las medidas estadísticas. f) Se han obtenido conclusiones relevantes a partir del análisis de la información obtenida de la investigación comercial realizada. g) Se han presentado los datos obtenidos en la investigación, convenientemente organizados, en forma de tablas estadísticas y acompañados de las representaciones gráficas más adecuadas. h) Se han elaborado informes con los resultados obtenidos del análisis estadístico y las conclusiones de la investigación, utilizando herramientas informáticas. i) Se han incorporado los datos y resultados de la investigación a una base de datos en el formato más adecuado para la introducción, recuperación y presentación de la información con rapidez y precisión.
RA8. Gestiona bases de datos relacionales, de acuerdo con los objetivos de la investigación, determinando los formatos más adecuados para la introducción, recuperación y presentación de la información con rapidez y precisión.	a) Se han identificado los diferentes elementos que conforman una base de datos, sus características y utilidades aplicables a la investigación comercial. b) Se ha diseñado una base de datos, relacionales de acuerdo con los objetivos de la investigación comercial. c) Se han identificado los diferentes tipos de consultas disponibles en una base de datos, analizando la funcionalidad de cada uno de ellos. d) Se han realizado búsquedas avanzadas de datos y diferentes tipos de consultas de información dirigidas. e) Se han manejado las utilidades de una aplicación informática de gestión de bases de datos para consultar, procesar, editar, archivar y mantener la seguridad, integridad y confidencialidad de la información. f) Se han diseñado diferentes formatos de presentación de la información, utilizando las herramientas disponibles. g) Se han identificado los datos que es necesario presentar, determinando los archivos que los contienen o creando los archivos que debieran contenerlos. h) Se han creado los informes o etiquetas necesarias, presentando la información solicitada de forma ordenada y sintética en los formatos adecuados a su funcionalidad. i) Se han creado los formularios acordes necesarios para la introducción de datos de forma personalizada o utilizando herramientas de creación automatizada.

CONTENIDOS BÁSICOS extraídos del RD que regula el título (Se incluyen los contenidos que se desarrollarán a través de las unidades de trabajo):

1. Análisis de las variables del mercado en el entorno de la empresa:

- El sistema comercial. Variables controlables y no controlables.
- Variables no controlables: el mercado y el entorno.
- El mercado: estructura y límites. Clasificación de los mercados atendiendo a distintos criterios.
- Análisis de los elementos del macroentorno: económico, demográfico, sociocultural, tecnológico, medioambiental y político-legal.
- Análisis de los factores del microentorno: competencia, distribuidores, suministradores e instituciones.
- Estudio del comportamiento del consumidor. Tipos de consumidores.
- Las necesidades del consumidor. Tipos y jerarquía de las necesidades.
- Análisis del proceso de compra del consumidor final. Fases y variables.
- Análisis del proceso de compra del consumidor industrial. Fases y variables.
- Segmentación de mercados: finalidad, requisitos y criterios de segmentación.

2. Configuración de un sistema de información de marketing (SIM):

- La necesidad de información para la toma de decisiones de marketing.
- Tipos de información. Según su naturaleza, su origen y su disponibilidad.
- El sistema de información de marketing (SIM). Concepto y finalidad.
- Estructura del SIM. Subsistemas que lo integran: de datos internos, de inteligencia de marketing, de investigación comercial y subsistema de apoyo a las decisiones de marketing. El tamaño de la empresa y el SIM.
- La investigación comercial. Concepto y finalidad.
- Aplicaciones de la investigación comercial. El SIM y la investigación comercial.
- La investigación comercial en España.
- Aspectos éticos de la investigación comercial. El código CCI/ESOMAR.

3. Elaboración del plan de la investigación comercial:

- El proceso metodológico de la investigación comercial. Fases del proceso.
- Identificación y definición del problema que hay que investigar.
- Definición del propósito o finalidad de la investigación.
- Determinación de los objetivos de la investigación: cuestiones que hay que investigar o hipótesis que hay que contrastar. Formulación y tipos de hipótesis. Fuentes para generar hipótesis.
- Diseño de la investigación y elaboración del plan de la investigación comercial.
- Tipos de diseños de investigación: estudios exploratorios, descriptivos y experimentales. Investigación exploratoria o preliminar.
- Estudios descriptivos transversales y longitudinales.
- Investigación experimental o causal.
- Presupuesto de un estudio comercial.
- Fuentes de información: internas y externas, primarias y secundarias.

4. Organización de la información secundaria disponible:

- Métodos y técnicas de obtención de información secundaria.
- Motores de búsqueda y criterios de selección de fuentes de información secundaria.
- Obtención de datos de las fuentes de información online y offline y de las bases de datos internas y externas.
- Organización de los datos obtenidos.
- Análisis cuantitativo y cualitativo de la información.
- Presentación de los datos.

5. Obtención de información primaria:

- Técnicas de recogida de información de las fuentes primarias.
- Técnicas de investigación cualitativa: entrevistas en profundidad, focus group, técnicas proyectivas, técnicas de creatividad y observación.
- Técnicas de investigación cuantitativa: encuestas, paneles, observación y experimentación.
- Tecnologías de la información y la comunicación aplicadas a la investigación comercial: CAPI, MCAPI, CATI y CAWI.
- El cuestionario: metodología para su diseño.

6. Determinación de las características y tamaño de la muestra de la población:

- Conceptos básicos de muestreo: población, universo, marco muestral, unidades muestrales y muestra.
- Tipos de muestreo: probabilísticos y no probabilísticos.
- Fases de un proceso de muestreo.
- Muestreos aleatorios o probabilísticos. Aleatorio simple, sistemático, estratificado, por conglomerados, por áreas y por ruta aleatoria.
- Muestreos no probabilísticos. De conveniencia, por juicios, por cuotas y bola de nieve.
- Análisis comparativo de los procesos de muestreo, aplicando técnicas de muestreo probabilístico y no probabilístico.
- Factores que influyen en el tamaño de la muestra. Nivel de confianza, error de muestreo, entre otros.
- Cálculo del tamaño de la muestra.
- Inferencia estadística. Errores muestrales y no muestrales. Cálculo del error de muestreo.
- Estimación puntual y por intervalos. Intervalos de confianza.

7. Tratamiento y análisis estadístico de los datos:

- Codificación y tabulación de los datos
- Representación gráfica de los datos.
- Tipos de datos: cuantitativos y cualitativos. Técnicas de análisis.
- Estadística descriptiva: medidas de tendencia central, de dispersión y de forma.
- Técnicas de regresión lineal y correlación simple. Ajuste de curvas.
- Técnicas de regresión y correlación múltiple.
- Números índices.
- Series temporales. Estimación de tendencias. Deflación de series temporales.
- Técnicas de análisis probabilístico.
- Contraste de hipótesis.
- Extrapolación de los resultados de la muestra a la población objeto de estudio.
- Elaboración de informes comerciales con los resultados del análisis estadístico de datos y las conclusiones de la investigación.
- Presentación de datos y anexos estadísticos: tablas, cuadros y gráficos.

8. Gestión de bases de datos relacionales:

- Estructura y funciones de las bases de datos.
- Diseño de una base de datos.
- Búsquedas avanzadas de datos.
- Consultas de información dirigidas.
- Mantenimiento y actualización de la base de datos.
- Creación y desarrollo de formularios e informes.

UNIDADES DE TRABAJO				
Temporalización y secuenciación				
TRIM.	UNIDADES	HORAS	COMIENZO	FIN
1 Horas 42	UT0: Presentación del módulo.	2	Semana 1	Semana 1
	UT1: Introducción a la estadística	12	Semana 1	Semana 4
	UT2: Regresión lineal. Números índices	12	Semana 4	Semana 7
	UT3: La necesidad de información	8	Semana 8	Semana 9
	UT4: La investigación comercial	8	Semana 10	Semana 11
2 Horas 50	UT5: Análisis del mercado	10	Semana 12	Semana 14
	Vacaciones de Navidad		Semana 15	Semana 17
	UT6: El comportamiento del consumidor	12	Semana 15	Semana 20
	UT7: Segmentación de mercados	14	Semana 20	Semana 24
	UT8: La información secundaría	14	Semana 24	Semana 27
3 Horas 42	Vacaciones de Semana Santa		Semana 28	Semana 29
	UT 9: La información primaria	10	Semana 29	Semana 31
	UT10: El cuestionario. Tratamiento de datos y presentación de resultados	8	Semana 32	Semana 34
	UT11: El muestreo	10	Semana 34	Semana 36
	UT12: Base de datos	4	Semana 37	Semana 38
	Repaso global, exámenes finales	10	Semana 38	Semana 40
1/2/3	FEE (las horas son las que corresponden al módulo)			

	UT1	UT2	UT3	UT4	UT5	UT6	UT7	UT8	UT9	UT10	UT11	UT12	FEE
RA1					x	x	x						
RA2			x										
RA3				x									
RA4								x					
RA5									x	x			
RA6											x		
RA7	x	x											
RA8												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, el profesor 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.
- El profesor 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 del profesor 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 del profesor de los contenidos (conceptuales y procedimentales) del apartado a tratar hasta la total comprensión y haciendo hincapié en los contenidos mínimos más importantes. La exposición promoverá la participación del alumnado en el proceso de aprendizaje; para ello la exposición del profesor irá cargada de preguntas que van surgiendo a lo largo del desarrollo de la unidad, unas preguntas serán respondidas por el profesor y otras por los alumnos. El objetivo en este caso es fomentar la capacidad de aprender por sí mismo y de trabajar en equipo.
- A continuación, se llevarán a cabo actividades de enseñanza aprendizaje con el fin de consolidar y profundizar los contenidos y procedimientos. Se apoyarán en el material facilitado por el profesor (apuntes, ejercicios y diapositivas), así como revistas técnicas, manuales, bibliografía de aula y consultas online en internet. En el diseño de las actividades se han tenido en cuenta los contenidos, resultados de aprendizaje y criterios de evaluación del módulo.
- La evaluación de los resultados del aprendizaje incluirá siempre que sea posible la exposición en clase del trabajo realizado.
-
- El profesor 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, por lo que será necesario usar procesador de textos, hoja de cálculo, bases de datos y creador de presentaciones, y disponer de conexión a internet para consultar páginas de recursos relacionadas con los contenidos del módulo.

- En el caso de que las autoridades educativas o sanitarias decretasen la suspensión temporal o total de la actividad académica presencial para los alumnos que este año cursan este módulo en este centro educativo, se utilizarán medios telemáticos para cubrir las funcionalidades normalmente desarrolladas de manera presencial.

RECURSOS DIDÁCTICOS Y MATERIALES

Además del uso de las TIC como viene expresado en el apartado de metodología, es conveniente disponer de un conjunto de materiales de referencia para la consulta y manejo por parte del profesor y del alumnado.

Entre estos materiales, además de la bibliografía que se relaciona en párrafos posteriores, cabe citar:

- Programas informáticos: procesador de textos, creador de presentaciones, hoja de cálculo, bases de datos
- Videoproyector y pizarra
- Internet
- Revistas especializadas
- Vídeos sobre los temas tratados
- Apuntes y/o presentaciones elaboradas por la profesora

La principal bibliografía utilizada para el desarrollo de las clases será:

Libro recomendado: INVESTIGACIÓN COMERCIAL. Ed. McGraw-Hill. ISBN: 978-84-486-4683-7

Otra bibliografía: INVESTIGACIÓN COMERCIAL. José Fulgencio Martínez Valverde. Ed. Paraninfo. ISBN: 978-84-283-3494-5
INVESTIGACIÓN COMERCIAL. Esperanza López Ortuño. Ed. Marcombo. ISBN: 978-84-267-2733-6
INVESTIGACIÓN COMERCIAL. Raquel Plaza López. Ed. Síntesis. ISBN: 978-84-1357-191-1

TIC

Se utilizará Microsoft TEAMS como principal soporte educativo para el proceso de enseñanza aprendizaje.

Toda la documentación, así como las presentaciones se compartirán con los alumnos por este medio, además se utilizará la plataforma para realizar actividades, así como para el caso en el que se pueda realizar los exámenes teóricos de las diferentes unidades de trabajo.

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 5: **3 sesiones parciales (primero y segundo y tercer 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.

Ejemplos de instrumentos de evaluación y forma de calificación:

- Las pruebas escritas constarán de preguntas tipo test donde se marcará la penalización por pregunta fallida, preguntas cortas y ejercicios prácticos.
- Se realizarán actividades que se entregarán en cada unidad de trabajo a lo largo del curso y una vez solucionadas en el aula los alumnos conocerán la evolución de su aprendizaje.
- Como no existen resultados de aprendizaje realizados en las empresas, no se tendrá en cuenta el INFORME DE SEGUIMIENTO Y VALORACIÓN DEL TUTOR DUAL DE EMPRESA U ORGANISMO EQUIPARADO, si los hubiese se adaptarán a los distintos resultados de aprendizaje.

Evaluaciones parciales (1ª, 2ª y 3ª 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 15% de la carga horaria del módulo profesional sin justificar. Este hecho será comunicado por el profesor según establece el procedimiento reflejado en el RRI.

EVALUACIÓN PARCIAL TRIMESTRAL: 1ER 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. FFE si hubiese prácticas en empresa se ajustarán los porcentajes de cada resultado de aprendizaje con este resultado

INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

PONDERACIÓN RA ANUALES	**PONDERACIÓN RA TRIMESTRALES**	UT1	UT2	UT3	UT4	NOTA	NOTA POR RA PONDERADA 1ER TRIMESTRE
RA7(20%)	RA7 (58%)	Prueba teórico-práctica (90%) Ejercicios de aula (10%)				Nota x 90% + Nota x 10%	(NOTA x 100)/34
RA2(7%)	RA2 (21%)			Prueba teórico-práctica (70%) Tareas prácticas (20%) Ejercicios de aula (10%)		Nota x 70% + Nota x 20% + Nota 10%	(NOTA x 100)/34
RA3(7%)	RA3 (21%)				Prueba teórico-práctica (70%) Tareas prácticas (20%) Ejercicios de aula (10%)	Nota x 70% + Nota x 20% + Nota 10%	(NOTA x 100)/34
Ponderación Anual 1º trimestre (34%)	Ponderación Trimestral 1º trimestre (100%)						

NOTA 1ER TRIMESTRE: nota RA7 (20%) + nota RA2 (7%) +nota RA3 (7%)X100/34)

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: 2ER 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. FFE si hubiese prácticas en empresa se ajustarán los porcentajes de cada resultado de aprendizaje con este resultado

INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

PONDERACIÓN RA ANUALES	**PONDERACIÓN RA TRIMESTRALES**	UT5	UT6	UT7	UT8	NOTA	NOTA POR RA PONDERADA 2ER TRIMESTRE
RA1(28%)	RA1 (70%)	Prueba teórico-práctica (70%) Tareas prácticas (20%) Ejercicios de aula (10%)				Nota x 70% + Nota x 20% + Nota 10%	(NOTA x 100)/40
RA4(12%)	RA4 (30%)				Prueba teórico-práctica (70%) Tareas prácticas (20%) Ejercicios de aula (10%)	Nota x 70% + Nota x 20% + Nota 10%	(NOTA x 100)/40
Ponderación Anual 2º trimestre (40%)	Ponderación Trimestral 2º trimestre (100%)						
		NOTA 2ER TRIMESTRE: nota RA1 (28%) + nota RA4 (12%)X100/40) **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: 3ER 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. FFE si hubiese prácticas en empresa se ajustarán los porcentajes de cada resultado de aprendizaje con este resultado

INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

PONDERACIÓN RA ANUALES	**PONDERACIÓN RA TRIMESTRALES**	UT9	UT10	UT11	UT12	NOTA	NOTA POR RA PONDERADA 3ER TRIMESTRE
RA5(14%)	RA5 (54%)	Prueba teórico-práctica (70%) Tareas prácticas (20%) Ejercicios de aula (10%)				Nota x 70% + Nota x 20% + Nota 10%	(NOTA x 100)/26
RA6(8%)	RA6 (31%)			Prueba teórico-práctica (90%) Ejercicios de aula (10%)		Nota x 90% + Nota x 10%	(NOTA x 100)/26
RA8(4%)	RA8(15%)				Tarea práctica (100%)	Nota x 100%	(NOTA x 100)/26
Ponderación Anual 3º trimestre (26%)	Ponderación Trimestral 3º trimestre (100%)						

NOTA 3ER TRIMESTRE: nota RA5 (14%) +nota RA6 (8%)+ nota RA8 (4%) X100/26)

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 perciales		
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).		
RA	PONDERACIÓN	INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN
RA7	20%	Prueba escrita teórico-práctica (100%) (UT1 y UT 2)
RA2	7%	Prueba teórico-práctica (80%) (UT3) Tareas prácticas (20%)
RA3	7%	Prueba teórico-práctica (80%) (UT4) Tareas prácticas (20%)
RA1	28%	Prueba teórico-práctica (80%) (UT5 – UT6 y UT7) Tareas prácticas (20%)
RA4	12%	Prueba teórico-práctica (80%) (UT8) Tareas prácticas (20%)
RA5	14%	Prueba teórico-práctica (80%) (UT9 y UT10) Tareas prácticas (20%)
RA6	8%	Prueba teórico-práctica (100%) (UT11)
RA8	4%	Tareas prácticas (100%) (UT12)
TOTAL	100%	

EVALUACIÓN SEGUNDA FINAL		
Alumnos que NO han superado todos los RA 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).		
RA	PONDERACIÓN	INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN
RA7	20%	Prueba escrita teórico-práctica (100%) (UT1 y UT 2)
RA2	7%	Prueba teórico-práctica (80%) (UT3) Tareas prácticas (20%)
RA3	7%	Prueba teórico-práctica (80%) (UT4) Tareas prácticas (20%)
RA1	28%	Prueba teórico-práctica (80%) (UT5 – UT6 y UT7) Tareas prácticas (20%)
RA4	12%	Prueba teórico-práctica (80%) (UT8) Tareas prácticas (20%)
RA5	14%	Prueba teórico-práctica (80%) (UT9 y UT10) Tareas prácticas (20%)
RA6	8%	Prueba teórico-práctica (100%) (UT11)
RA8	4%	Tareas prácticas (100%) (UT12)
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 presentarse a las pruebas finales que se determinen. 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. 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
Aquellos alumnos que no superen una RA con más de un 5, serán evaluados de la prueba o examen teórico-práctico, así como la solicitud de las tareas no realizadas y presentadas en fecha y hora. La prueba se realizará de forma conjunta con el resto de los compañeros. En el caso de que un alumno no se presente en fecha y hora al examen será en esta recuperación cuando se le realice de nuevo el examen o prueba escrita, con el fin de evitar exámenes a la carta. Siendo su nota final la obtenida en dicha prueba.

EVALUACIÓN: PROCEDIMIENTOS DE RECUPERACIÓN
Recuperación tras la evaluación primera final
En la primera convocatoria ordinaria, el estudiante tendrá derecho a la realización de una prueba escrita teórico-práctica que le permita superar los resultados de aprendizaje del módulo. Para ello, podrá elegir entre realizar una prueba para recuperar los resultados de aprendizaje que hayan sido valoradas negativamente. La nota definitiva de la evaluación primera final será de acuerdo al porcentaje establecido en esta programación para cada uno de los resultados de aprendizaje. Para el cálculo de la calificación oficial se utilizará el redondeo matemático siempre que dicha nota supere el 5: si al aplicar los criterios de calificación, la nota del resultado de aprendizaje da un número no exacto, ésta se redondeará por exceso si la primera décima es igual o mayor de cinco. Si la primera décima está por debajo del cinco se redondeará por defecto. En los casos en que la nota de cada uno de los resultados de aprendizaje esté por debajo de 5, el redondeo siempre se hará a la baja.

EVALUACIÓN: PROCEDIMIENTOS DE RECUPERACIÓN

Actividades de recuperación de módulos pendientes de primero

A cada alumno que en cursos anteriores no consiguió aprobar este módulo, pero promocionó a 2º curso de este ciclo formativo, se le entregará un plan personalizado de recuperación, que contemplará:

- Una propuesta de calendarización aconsejada para el inicio de las actividades de repaso de los contenidos que el alumno puede llevar a cabo, de forma que pueda gestionar su tiempo de preparación de forma autónoma
- Una propuesta sobre la tipología de ejercicios con los que puede practicar para preparar la parte de procedimientos que se evaluará.
- Fechas, formato y modelo de calificación de las pruebas escritas a realizar por el alumno que se presente a cualquiera de las dos convocatorias de que dispone este curso.

ACTIVIDADES DEL PLAN DE RECUPERACIÓN: Al inicio del período en que el alumno debe preparar la recuperación de la asignatura, el profesor facilitará a los alumnos matriculados en el módulo que no lo hayan aprobado con anterioridad y hayan promocionado a 2º curso, la siguiente propuesta de calendarización aconsejada para el desarrollo de las actividades de repaso que el alumno puede llevar a cabo, con el objetivo de ayudarle a que organice su tiempo de preparación de las pruebas.

Fecha	Actividades vinculadas con teoría	Actividades vinculadas con práctica
05/10/26	Resumen UT1: Análisis de las variables del mercado en el entorno de la empresa.	Ejercicios de previsión de demanda. Método ingenuo, método de las medias simples y método de las medias móviles
19/10/26	Resumen UT2: Estudio del comportamiento del consumidor y segmentación de mercados.	
03/11/26	Resumen UT3: Segmentación de mercado	
16/11/26	Resumen UT4: La información en la empresa.	
30/11/26	Resumen UT5: La investigación comercial.	
11/12/26	Resumen UT6: La información secundaria.	
21/12/26	Resumen UT7: La información primaria. Técnicas de investigación cualitativas.	Realizar un cuadro comparativo de las técnicas de investigación cuantitativa y las técnicas de

11/01/27	Resumen UT8: La información primaria. Técnicas de investigación cuantitativas.	investigación cualitativa

25/01/27	Resumen UT9: El muestreo.	Realizar cuadro explicativo-comparativo de los procedimientos de muestreo Ejercicios de cálculo del error de muestreo, tamaño de la muestra, intervalo de confianza
29/01/27	Resumen UT10: El cuestionario.	
05/02/27	Resumen UT11: Tratamiento de los datos y presentación de resultados.	
12/02/27	Resumen UT12: Estadística. Conceptos preliminares.	Ejercicios de estadística descriptiva Ejercicios de estadística descriptiva: medidas de tendencia central, medidas de dispersión y medidas de forma
19/02/27	Resumen UT13: Medidas estadísticas.	
26/02/27	Consulta de dudas de cualquiera de los temas.	

PRUEBAS ESPECÍFICAS DE EVALUACIÓN ORDINARIA DE ALUMNOS PENDIENTES:

Fecha y horario: 1ª convocatoria: fecha a fijar por el Departamento (temario completo)
2ªconvocatoria: fecha a fijar por el Departamento (temario completo)

Constan de: preguntas tipo test, preguntas cortas y ejercicios prácticos

Criterios de calificación de cada prueba:

-Cada pregunta tipo test constará de varias respuestas de entre las que habrá que elegir únicamente una. En el documento de la prueba se indicará el valor de cada respuesta correcta y no correcta.

- Al lado de cada pregunta de la prueba aparecerá especificada su puntuación.

-Cada ejercicio práctico constará de varios apartados, detallándose en el propio documento de la prueba la puntuación correspondiente a la respuesta numérica correcta de cada uno de ellos. Cuando el resultado numérico que ofrezca el alumno no sea correcto, el apartado se puntuará con 0. NO se calificarán cálculos intermedios y NO se puntuarán los resultados, aun siendo correctos, si el alumno no presenta el desarrollo que le ha llevado a obtener dicho resultado.

-Para aprobar el módulo será necesario obtener una calificación de 5 puntos o más en la prueba.

Criterios de calificación del módulo: La calificación obtenida en cada convocatoria será la que se consiga en la prueba escrita correspondiente. En ambas convocatorias, para el cálculo de la nota oficial del módulo se utilizará el redondeo matemático cuando la nota supere el 5: si al aplicar los criterios de calificación el resultado de la nota arroja un número no exacto, ésta se redondeará por exceso si la primera décima es igual o mayor de seis. Si la primera décima está por debajo del cinco se redondeará por defecto. Cuando la nota de la evaluación esté por debajo de 5, el redondeo siempre se hará a la baja.

EVALUACIÓN: OTRAS CUESTIONES

ACTUACIÓN EN CASO DE COPIA EN EXÁMENES Y PLAGIO

Se consideran prácticas fraudulentas en las pruebas de evaluación o en la presentación de trabajos académicos evaluables en el Departamento de Comercio y Marketing del IES "Claudio Moyano" las siguientes conductas:

1. Copiar los escritos de otros compañeros en los exámenes y otras pruebas de evaluación del procedimiento de aprendizaje del estudiante.
2. Transmitir a otros compañeros información, por vía oral o escrita y por cualquier medio, incluidos los electrónicos, durante la realización de un examen o prueba de evaluación que deba realizarse individualmente y que se refiera al contenido de la prueba, con el fin de defraudar.
3. Realizar un examen o prueba de evaluación de cualquier tipo suplantando la personalidad de otro estudiante, así como concertar o aceptar dicha actuación por parte del suplantado.
4. Utilizar materiales escritos no autorizados o medios telefónicos, electrónicos o informáticos para acceder de manera fraudulenta a datos, textos o informaciones de utilización no autorizada durante una prueba de evaluación y relacionados con la misma.
5. Mantener encendidos y al alcance cualesquiera medios telefónicos, electrónicos o informáticos durante la realización de una prueba evaluable, salvo que por el profesor se haya expresado la posibilidad de hacer uso de ellos durante el desarrollo de la misma.
6. Introducir en el aula de examen o lugar de la prueba de evaluación dispositivos telefónicos, electrónicos o informáticos cuando haya sido prohibido por los profesores responsables de las pruebas.
7. Acceder de manera fraudulenta y por cualquier medio al conocimiento de las preguntas o supuestos prácticos de una prueba de evaluación, así como a las respuestas correctas, con carácter previo a la realización de la prueba, y no poner en conocimiento del profesor responsable el conocimiento previo de dicha información.
8. Acceder de manera ilícita o no autorizada a equipos informáticos, cuentas de correo y repositorios ajenos con la finalidad de conocer los contenidos y respuestas de las pruebas de evaluación y de alterar el resultado de las mismas, en beneficio propio o de un tercero.
9. Manipular o alterar ilícitamente por cualquier medio las calificaciones académicas.
10. Negarse a identificarse durante la realización de un examen o prueba de evaluación, cuando sea requerido para ello por el profesor responsable.
11. Negarse a entregar el examen o prueba de evaluación realizado cuando sea requerido para ello por el profesor responsable.
12. Plagiar trabajos, esto es, copiar textos sin citar su procedencia o fuente empleada, y dándolos como de elaboración propia, en los textos o trabajos sometidos a cualquier tipo de evaluación académica.
13. Cambiar o retocar textos ajenos para presentarlos como propios, sin citar su procedencia, en cualquier trabajo sometido a evaluación académica.
14. Infringir cualesquiera otras normas establecidas con carácter obligatorio para la realización de los exámenes o pruebas de evaluación por parte del profesor responsable.

La comisión de las conductas fraudulentas descritas anteriormente comportará para los autores y, en su caso, para los cooperadores necesarios la nulidad de la prueba o procedimiento de evaluación correspondiente, con la consiguiente calificación de suspenso y la numérica de 0. Asimismo, y en función de las circunstancias concurrentes, las conductas anteriormente descritas podrán ser consideradas faltas, ya sea conductas contrarias a la convivencia o conductas gravemente perjudiciales para la convivencia, de conformidad con lo dispuesto en el Decreto 51/2007, de 17 mayo que regula los derechos y deberes de los alumnos y la participación y los compromisos de las familias en el proceso educativo, y establece las normas de convivencia y disciplina en los Centros Educativos de Castilla y León y las posibles modificaciones al mismo.
Determinadas prácticas fraudulentas de especial gravedad podrían ser incluso constitutivas de delitos, en cuyo caso la Dirección del centro tiene la obligación de poner los hechos en conocimiento de los cuerpos de seguridad correspondientes y del Ministerio fiscal.
NOTA: el uso del teléfono móvil está prohibido en clase de acuerdo, excepto cuando el profesor lo autorice de forma expresa. Determinar las actuaciones.

ACTUACIÓN EN CASO DE NO PRESENTARSE A LAS PRUEBAS DE EVALUACIÓN

La no realización de una de estas pruebas escritas implicará calificación de 0 para dicha prueba. Excepcionalmente, sólo si el alumno presenta un justificante válido/oficial certificado por una entidad con capacidad para acreditarlo (médico de familia, especialista o centro hospitalario, instituciones oficiales, etc), el primer día que vuelve a clase del módulo del que no se examinó, se admitirá la ausencia como justificada y se establecerá la fecha del examen. Siempre que existan pruebas objetivas con una nota inferior a 5 puntos o faltase la entrega de actividades se considerará que no se han alcanzado los resultados de aprendizaje trabajados en dicho trimestre y por lo tanto se calificará la evaluación como SUSPENSO.

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 cetro, y el equipo educativo, qué medidas se deberían realizar. En tal caso serían adaptaciones metodológicas, procesos y procedimientos, nunca curriculares.

REVISIONES EXÁMENES, ACLARACIONES Y RECLAMACIONES DE LA CALIFICACIÓN

Las revisiones de examen con el profesor se deberán formular en el pazo 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

ACTIVIDAD EXTRAESCOLAR

Se propondrá como actividad extraescolar a los alumnos que pertenecen a este grupo, participar en el **Hackathón FP UP Castilla y León**

RECOMENDACIONES LECTURA

Se propondrá como lectura para los alumnos:
BUYOLOGY: VERDADES Y MENTIRAS SOBRE POR QUE COMPRAMOS. Martin Lindstrom

EVALUACIÓN DE LA PRACTICA DOCENTE

PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO O ASIGNATURA	0	1	2	3
Elaboro las unidades de trabajo utilizando como referente la programación didáctica				
Relaciono las competencias con el resto de los elementos del currículo del módulo o asignatura correspondiente				
Preparo la clase y los materiales y recursos didácticos siguiendo las pautas establecidas en la programación didáctica				

GESTIÓN DEL AULA	0	1	2	3
Planteo actividades que mantienen el interés del alumnado hacia los contenidos propuestos.				
Realizo en el aula diversos agrupamientos para la realización de actividades de distintos tipos: trabajo individual, en equipo, grupo clase, etc.				
Tengo en cuenta la diversidad en el aula y me preocupo de aquellos que tienen dificultades de aprendizaje.				
Incorporo y promuevo la utilización de plataformas digitales para el proceso de enseñanza y aprendizaje.				
Hago el seguimiento de los procesos de aprendizaje del alumnado y le oriento en sus dificultades.				
Mantengo el orden en las clases y contribuyo a que las actividades del centro se desarrollen en un clima de respeto, de tolerancia y participación.				
Tomo las medidas necesarias para facilitar la integración del alumnado en su grupo.				

ORIENTACIÓN EN EL PROCESO DE APRENDIZAJE	0	1	2	3
Al comenzar cada unidad de trabajo explico los objetivos y competencias asociados.				
En cada unidad de trabajo resumo las ideas fundamentales tratadas con mapas conceptuales, esquemas…				
Cuando introduzco nuevos conceptos, los relaciono, si es posible, con los ya conocidos, intercalo preguntas aclaratorias, pongo ejemplos...				
Corrijo de forma habitual los trabajos y las actividades de los alumnos y doy pautas para mejorar sus aprendizajes.				

EVALUACIÓN DEL PROCESO DE APRENDIZAJE	0	1	2	3
Relaciono los contenidos con los criterios de evaluación y, en su caso, con los estándares de aprendizaje evaluables.				
Tengo establecidos diferentes y variados instrumentos de evaluación que están asociados a criterios de calificación				

ponderados porcentualmente.				
Tengo establecidos los criterios de calificación, y estos son claros, precisos y objetivos.				
Analizo los resultados de los aprendizajes del alumnado para plantear propuestas de mejora.				
Informo al alumnado y/o a las familias sobre los contenidos, procedimientos, instrumentos y criterios de evaluación y calificación.				
Tengo previstos procedimientos y actividades de recuperación.				
Atiendo a los alumnos con módulos pendientes de cursos anteriores cuando me corresponde.				