



ANEXO XIII
MODELO DE PROGRAMACIÓN DE MÓDULOS PROFESIONAIS

1. Identificación da programación

Centro educativo

Código	Centro	Concello	Ano académico
36014544	Indalecio Pérez Tizón	Tui	2023/2024

Ciclo formativo

Código da familia profesional	Familia profesional	Código do ciclo formativo	Ciclo formativo	Grao	Réxime
COM	Comercio e márketing	CSCOM03	Xestión de vendas e espazos comerciais	Ciclos formativos de grao superior	Réxime xeral-ordinario

Módulo profesional e unidades formativas de menor duración (*)

Código MP/UF	Nome	Curso	Sesións semanais	Horas anuais	Sesións anuais
MP1010	Investigación comercial	2023/2024	5	132	158

(*) No caso de que o módulo profesional estea organizado en unidades formativas de menor duración

Profesorado responsable

Profesorado asignado ao módulo	MÓNICA AMOEDO VIDAL
Outro profesorado	

Estado: Pendente de supervisión equipo directivo



2. Concreción do currículo en relación coa súa adecuación ás características do ámbito produtivo

Este módulo profesional contén a formación necesaria para desempeñar as funcións de obtención, tratamento, análise e presentación da información necesaria para a toma de decisións de márketing, tales como:

- Análise de factores de macroentorno e do microentorno das empresas ou organizacións.
- Análise do mercado e do comportamento dos consumidores
- Configuración dun sistema de información de márketing (SIM).
- Deseño e elaboración dun plan de investigación comercial.
- Análise das técnicas de recollida de información das fontes primarias e secundarias.
- Obtención de datos ou información secundaria de distintas fontes internas e externas.
- Obtención de datos primarios, aplicando diversos procedementos.
- Deseño e selección da mostra, aplicando técnicas de mostraxe.
- Deseño de cuestionarios para a obtención de datos mediante enquisas.

As actividades profesionais asociadas a esta función aplicanse en:

- Obtención de información salientable e fiable para a toma de decisións.
- Tratamento e análise da información obtida.
- Elaboración de informes comerciais cos resultados e as conclusións do estudo realizado.

3. Relación de unidades didácticas que a integran, que contribuirán ao desenvolvemento do módulo profesional, xunto coa secuencia e o tempo asignado para o desenvolvemento de cada unha

U.D.	Título	Descrición	Duración (sesións)	Peso (%)
1	As variables do mercado e do contorno da empresa	Analizaranse as variables do mercado e do contorno da empresa ou organización, valorando a súa influencia na actividade da empresa e na aplicación das estratexias comerciais.	26	15
2	O sistema de información de marketing	Configurarase un sistema de información de márketing (SIM) adaptado ás necesidades de información da empresa, definindo as fontes de información, os procedementos e as técnicas de organización dos datos.	16	10
3	O plan de investigación comercial	Elaborarase o plan da investigación comercial, definindo os obxectivos e a finalidade do estudo, as fontes de información e os métodos e as técnicas aplicables para a obtención, o tratamento e a análise dos datos.	20	13
4	A información secundaria	Organizarase a información secundaria dispoñible, de acordo coas especificacións e cos criterios establecidos no plan de investigación, valorando a suficiencia dos datos obtidos respecto aos obxectivos da investigación.	20	13
5	A información primaria	Determinaranse as características e o tamaño da mostra da poboación obxecto da investigación, aplicando técnicas de mostraxe para a selección da mostra.	20	13
6	As características e o tamaño da mostra dunha poboación	Caracterizaranse os métodos e as técnicas de mostraxe probabilística e non probabilística aplicables para a selección dunha mostra representativa da poboación nunha investigación comercial, analizando as súas vantaxes e os seus inconvenientes.	20	13



**ANEXO XIII
MODELO DE PROGRAMACIÓN DE MÓDULOS PROFESIONAIS**

U.D.	Título	Descrición	Duración (sesións)	Peso (%)
7	O tratamento estadístico dos datos dunha investigación comercial	Realizarase o tratamento e a análise dos datos obtidos e elaboraranse informes coas conclusións, aplicando técnicas de análise estatística e ferramentas informáticas.	20	13
8	A xestión dunha base de datos	Xestionarase una base de dato relacional, dacordo cos obxectivos da investigación, determinando os formatos máis axeitados para a introdución, recuperación e presentación da información con rapidez e precisión.	16	10

4. Por cada unidade didáctica

4.1.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
1	As variables do mercado e do contorno da empresa	26

4.1.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA1 - Analiza as variables do mercado e do contorno da empresa ou organización, con valoración da súa influencia na actividade da empresa e na aplicación das estratexias comerciais.	SI

4.1.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado

Criterios de avaliación
CA1.1 Identifícanse as variables do sistema comercial controlables e non controlables pola empresa que cumpra ter en conta para a definición e a aplicación de estratexias comerciais.
CA1.2 Analizáronse os efectos dos principais factores do microcontorno na actividade comercial da organización.
CA1.3 Analizouse o impacto das principais variables do macrocontorno na actividade comercial da empresa ou organización.
CA1.4 Identifícanse as principais organizacións e institucións económicas que regulan a actividade dos mercados ou inflúen nela.
CA1.5 Analizáronse as necesidades das persoas consumidoras e clasificáronse segundo a xerarquía ou a orde de prioridade na súa satisfacción.
CA1.6 Analizáronse as fases do proceso de compra das persoas consumidoras e as variables internas e externas que inflúen nese proceso.
CA1.7 Aplicáronse os principais métodos de segmentación de mercados, utilizando distintos criterios.



Criterios de avaliación

CA1.8 Definíronse os tipos de estratexias comerciais, aplicando a segmentación do mercado.

4.1.e) Contidos

Contidos

Sistema comercial: variables controlables e non controlables.

Segmentación de mercados: finalidade, requisitos e criterios de segmentación.

Variables non controlables: mercado e contorno.

Mercado: estrutura e límites; clasificación atendendo a distintos criterios.

Análise económica, demográfica, sociocultural, tecnolóxica, ambiental e político-legal dos elementos do macrocontorno.

Análise dos factores do microcontorno: competencia, entidades distribuidoras e subministradoras, e institucións.

Estudo do comportamento das persoas consumidoras: tipos.

Necesidades das persoas consumidoras: tipos e xerarquía das necesidades.

Análise do proceso de compra do consumidor ou a consumidora final: fases e variables.

Análise do proceso de compra do consumidor industrial: fases e variables.

4.2.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
2	O sistema de información de marketing	16

4.2.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA2 - Configura un sistema de información de márketing (SIM) adaptado ás necesidades de información da empresa, definindo as fontes de información, os procedementos e as técnicas de organización dos datos.	SI



4.2.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado

Criterios de avaliación
CA2.1 Determináronse as necesidades de información da empresa para a toma de decisións de márketing.
CA2.2 Clasificouse a información en función da súa natureza, da orixe ou procedencia dos datos e da dispoñibilidade destes.
CA2.3 Caracterizáronse os subsistemas que integran un SIM, analizando as funcións e os obxectivos de cada uno.
CA2.4 Identificáronse os datos que procesa e organiza un sistema de información de márketing.
CA2.5 Analizáronse as características de idoneidade que debe posuír un SIM, o seu tamaño, a súa finalidade e os seus obxectivos, en función das necesidades de información da empresa ou organización.
CA2.6 Clasificáronse os datos segundo a fonte de información da que procedan.
CA2.7 Aplicáronse técnicas estatísticas para o tratamento, análise e a organización dos datos, e para os transformar en información útil para a toma de decisións da empresa ou organización.
CA2.8 Utilizáronse ferramentas informáticas para o tratamento, o rexistro e a incorporación da información á base de datos da empresa, así como a súa actualización permanente, de xeito que se poida utilizar e consultar con axilidade e rapidez.

4.2.e) Contidos

Contidos
Necesidade de información para a toma de decisións de márketing.
Tipos de información: segundo a súa natureza, a súa orixe e a súa dispoñibilidade.
Sistema de información de márketing (SIM): concepto e finalidade.
Estrutura do SIM: subsistemas que o integran.
Investigación comercial: concepto e finalidade; aplicacións.
Aspectos éticos da investigación comercial. Código CCI/ESOMAR.



4.3.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
3	O plan de investigación comercial	20

4.3.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA3 - Elabora o plan da investigación comercial, definindo os obxectivos e a finalidade do estudo, as fontes de información e os métodos e as técnicas aplicables para a obtención, o tratamento e a análise dos datos.	SI

4.3.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado

Criterios de avaliación
CA3.1 Estableceuse a necesidade de realizar un estudo de investigación comercial.
CA3.2 Identificáronse as fases dun proceso de investigación comercial.
CA3.3 Identificouse e definiuse o problema ou a oportunidade que se presenta na empresa e que se pretenda investigar.
CA3.4 Estableceuse o propósito da investigación que cumpra realizar, determinando a necesidade de información, o tempo dispoñible para a investigación e o destino ou a persoa que vaia utilizar os resultados da investigación.
CA3.5 Formuláronse de xeito claro e concreto os obxectivos xerais e específicos da investigación, expresados como cuestións que cumpra investigar ou hipóteses que se vaian contrastar.
CA3.6 Determinouse o deseño ou o tipo de investigación que cumpra realizar (exploratoria, descritiva ou causal), en función dos obxectivos.
CA3.7 Elaborouse o plan da investigación, establecendo o tipo de estudo que se deba realizar, a información que cumpra obter, as fontes de datos, os instrumentos para a obtención da información, as técnicas para a análise dos datos e o orzamento necesario.
CA3.8 Identificáronse as fontes de información, primarias e secundarias, internas e externas, que poidan facilitar a información necesaria para a investigación, atendendo a criterios de fiabilidade, representatividade e custo.

4.3.e) Contidos

Contidos
Proceso metodolóxico da investigación comercial: fases.



Contidos
Identificación e definición do problema que cumpra investigar. Definición do propósito ou a finalidade da investigación. Determinación dos obxectivos da investigación: cuestións para investigar ou hipóteses para contrastar. Deseño da investigación e elaboración do plan da investigación comercial. Tipos de deseños de investigación: estudos exploratorios, descritivos e experimentais. Orzamento dun estudo comercial. Fontes de información: internas e externas, primarias e secundarias.

4.4.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
4	A información secundaria	20

4.4.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA4 - Organiza a información secundaria dispoñible, de acordo coas especificacións e os criterios establecidos no plan de investigación, valorando a suficiencia dos datos respecto aos obxectivos da investigación.	SI

4.4.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado

Criterios de avaliación
CA4.1 Seleccionáronse os datos das fontes de información en liña e fóra de liña, dos sistemas de información de mercados e bases de datos internas e externas, de acordo cos criterios, os prazos e o orzamento establecidos no plan de investigación comercial.
CA4.2 Establecéronse procedementos de control para asegurar a fiabilidade e a representatividade dos datos obtidos das fontes secundarias, e para rexeitar os que non cumplan os estándares de calidade, actualidade e seguridade.
CA4.3 Clasificouse e organizouse a información obtida das fontes secundarias, e presentouse de xeito ordenado para a súa utilización na investigación, no deseño do traballo de campo ou na posterior fase de análise de datos.
CA4.4 Analizouse a información dispoñible, tanto cuantitativamente, para determinar se é suficiente para desenvolver a investigación, como cualitativamente, aplicando criterios utilidade, fiabilidade e representatividade, para avaliar a súa adecuación ao obxect



Criterios de avaliación
CA4.5 Detectáronse as necesidades de completar a información obtida coa información primaria, comparando o grao de satisfacción dos obxectivos formulados no plan de investigación coa información obtida de fontes secundarias.
CA4.6 Procesouse e arquivouse a información, os resultados e as conclusións obtidas, utilizando os procedementos establecidos, para a súa posterior recuperación e consulta, de xeito que se garanta a súa integridade e actualización permanente.

4.4.e) Contidos

Contidos
Métodos e técnicas de obtención de información secundaria. Motores de procura e criterios de selección de fontes de información secundaria. Obtención de datos das fontes de información en liña e fóra de liña, e das bases de datos internas e externas. Organización dos datos obtidos. Análise cuantitativa e cualitativa da información. Presentación dos datos.

4.5.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
5	A información primaria	20

4.5.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA5 - Obtén información primaria de acordo coas especificacións e os criterios establecidos no plan de investigación, aplicando procedementos e técnicas de investigación cualitativa e/ou cuantitativa para a obtención de datos.	SI



4.5.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado

Criterios de avaliación
CA5.1 Identifícaronse as técnicas e os procedementos para a obtención de información primaria en estudos comerciais e de opinión, de acordo cos obxectivos establecidos no plan de investigación comercial.
CA5.2 Definíronse os parámetros esenciais para xulgar a fiabilidade e a relación entre custo e beneficio dos métodos de recollida de información de fontes primarias.
CA5.3 Determináronse os instrumentos necesarios para obter información cualitativa, mediante a observación e/ou entrevistas en profundidade, dinámica de grupos, técnicas proxectivas e técnicas de creatividade, definindo a súa estrutura e o seu contido.
CA5.4 Diferenciáronse os tipos de enquisas ad hoc para a obtención de datos primarios, e analizáronse as vantaxes e os inconvenientes da enquisa persoal, por correo, por teléfono ou a través de internet.
CA5.5 Descríbironse as vantaxes do uso de medios informáticos en enquisas persoais, telefónicas ou a través da web (CAPI, MCAPI, CATI e CAWI).
CA5.6 Seleccionouse a técnica e o procedemento de recollida de datos máis axeitados a partir duns obxectivos de investigación, tempo e orzamento determinados.
CA5.7 Deseñáronse os cuestionarios e a guía da entrevista ou enquisa necesarios para obter a información de acordo coas instrucións recibidas, e comprobouse a redacción, a comprensibilidade e a coherencia das preguntas, a extensión do cuestionario e a duración
CA5.8 Descríbironse os paneis como instrumentos de recollida de información primaria cuantitativa, e analizáronse diferentes tipos de paneis de consumidores, de retalistas e paneis de audiencias.

4.5.e) Contidos

Contidos
Técnicas de recollida de información das fontes primarias.
Técnicas de investigación cualitativa: entrevistas en profundidade, focus group, técnicas proxectivas, técnicas de creatividade e observación.
Técnicas de investigación cuantitativa: enquisas, paneis, observación e experimentación.
Tecnoloxías da información e da comunicación aplicadas á investigación comercial: CAPI, MCAPI, CATI e CAWI.
Cuestionario: metodoloxía para o seu deseño.

4.6.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
6	As características e o tamaño da mostra dunha poboación	20



4.6.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA6 - Determina as características e o tamaño da mostra da poboación obxecto da investigación, aplicando técnicas de mostraxe para a selección da mostra.	SI

4.6.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado

Criterios de avaliación
CA6.1 Identifícanse as variables que inflúen no cálculo do tamaño da mostra nun estudo comercial.
CA6.2 Caracterízanse os métodos e as técnicas de mostraxe probabilística e non probabilística aplicables para a selección dunha mostra representativa da poboación nunha investigación comercial, e analízanse as súas vantaxes e os seus inconvenientes.
CA6.3 Analízanse comparativamente as técnicas de mostraxe probabilística e non probabilística, e sinaláronse as súas vantaxes e os seus inconvenientes.
CA6.4 Describiuse o proceso de desenvolvemento da mostraxe aleatoria simple, e analízanse as súas vantaxes e as limitacións que leva consigo.
CA6.5 Describiuse o proceso de mostraxe, aplicando as técnicas de mostraxe probabilística, sistemática, estratificada, por conglomerados ou por áreas, polietápica e por ruta aleatoria, e analízanse as vantaxes e os inconvenientes.
CA6.6 Analízouse o proceso de mostraxe, aplicando técnicas de mostraxe non probabilística, por conveniencia, por xuízos, por cotas e bóla de neve.
CA6.7 Calculouse o tamaño óptimo da mostra, as características e os elementos que a compoñen, e o procedemento aplicable para a súa obtención.

4.6.e) Contidos

Contidos
Conceptos básicos de mostraxe: poboación, universo, marco mostral, unidades mostrais e mostra.
0Cálculo do erro de mostraxe.
Estimación puntual e por intervalos. Intervalos de confianza.
Tipos de mostraxe: probabilísticos e non probabilísticos.
Fases dun proceso de mostraxe.
Mostraxes aleatorias ou probabilísticas: aleatoria simple, sistemática, estratificada, por conglomerados, por áreas e por ruta aleatoria.



Contidos
Mostraxes non probabilísticas: de conveniencia, por xuízos, por cotas e bóla de neve. Factores que inflúen no tamaño da mostra: nivel de confianza, erro de mostraxe, etc. Cálculo do tamaño da mostra. Inferencia estatística. Erros mostrais e non mostrais.

4.7.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
7	O tratamento estadístico dos datos dunha investigación comercial	20

4.7.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA7 - Realiza o tratamento e análise dos datos obtidos e elabora informes coas conclusións, aplicando técnicas de análise estatístico e ferramentas informáticas.	SI

4.7.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado

Criterios de avaliación
CA7.1 Codifícaronse, tabuláronse e representáronse graficamente os datos obtidos na investigación comercial, de acordo coas especificacións recibidas.
CA7.2 Calculáronse as medidas estatísticas de tendencia central e de dispersión de datos máis significativas, e as medidas que representan a forma da distribución.
CA7.3 Aplicáronse técnicas de inferencia estatística para extrapolar os resultados obtidos na mostra á totalidade da poboación cun determinado grao de confianza e admitindo un determinado nivel de erro mostral.
CA7.4 Determináronse os intervalos de confianza e os erros de mostraxe.
CA7.5 Utilizáronse follas de cálculo para a análise dos datos e o cálculo das medidas estatísticas.
CA7.6 Obtivéronse conclusións salientables a partir da análise da información obtida da investigación comercial realizada.



Criterios de avaliación
CA7.7 Presentáronse os datos obtidos na investigación, convenientemente organizados, en forma de táboas estatísticas, e coas representacións gráficas máis axeitadas.
CA7.8 Elaboráronse informes cos resultados obtidos da análise estatística e as conclusións da investigación, utilizando ferramentas informáticas.
CA7.9 Incorporáronse con rapidez e precisión os datos e os resultados da investigación a unha base de datos no formato máis axeitado para a introdución, a recuperación e a presentación da información.

4.7.e) Contidos

Contidos
Codificación e tabulación dos datos 0Contraste de hipóteses. Extrapolación dos resultados da mostra á poboación obxecto de estudo. Elaboración de informes comerciais cos resultados da análise estatística de datos e as conclusións da investigación. Presentación de datos e anexos estatísticos: táboas, cadros e gráficos. Representación gráfica dos datos. Tipos de datos: cuantitativos e cualitativos. Técnicas de análise. Estatística descritiva: medidas de tendencia central, de dispersión e de forma. Técnicas de regresión lineal e correlación simple. Axuste de curvas. Técnicas de regresión e correlación múltiple. Números índices. Series temporais. Estimación de tendencias. Deflación de series temporais. Técnicas de análise probabilística.

4.8.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
8	A xestión dunha base de datos	16



4.8.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA8 - Xestiona bases de datos relacionais, de acordo cos obxectivos da investigación, determinando os formatos máis axeitados para a introdución, recuperación e presentación da información con rapidez e precisión.	SI

4.8.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado

Criterios de avaliación
CA8.1 Identifícanse os elementos que conforman unha base de datos, as súas características e as utilidades aplicables á investigación comercial.
CA8.2 Deseñouse unha base de datos relacional de acordo cos obxectivos da investigación comercial.
CA8.3 Identifícanse os tipos de consultas dispoñibles nunha base de datos e analízase a funcionalidade de cada un.
CA8.4 Realizáronse procuras avanzadas de datos e consultas de información dirixidas de diversos tipos.
CA8.5 Manéxanse as utilidades dunha aplicación informática de xestión de bases de datos para consultar, procesar, editar, archivar e manter a seguridade, a integridade e a confidencialidade da información.
CA8.6 Deseñáronse diversos formatos de presentación da información, utilizando as ferramentas dispoñibles.
CA8.7 Identifícanse os datos que cumpra presentar e determináronse os ficheiros que os conteñen, ou créanse os ficheiros que deberan contelos.
CA8.8 Créanse as etiquetas ou os informes necesarios, presentando a información solicitada de xeito ordenado e sintético, nos formatos axeitados á súa funcionalidade.
CA8.9 Créanse os formularios acordes necesarios para a introdución de datos de xeito personalizado ou utilizando ferramentas de creación automatizada.

4.8.e) Contidos

Contidos
Estrutura e funcións das bases de datos.
Deseño dunha base de datos.
Procuras avanzadas de datos.



Contidos
Consultas de información dirixidas.
Mantemento e actualización da base de datos.
Creación e desenvolvemento de formularios e informes.

5. Mínimos exixibles para alcanzar a avaliación positiva e os criterios de cualificación

MÍNIMOS ESIXIBLES:

En cada unha das unidades didácticas figuran aqueles criterios de avaliación que son considerados mínimos esixibles, considerándose que o alumno/a debe acadalos para ter un rendemento normal.

CRITERIOS DE CUALIFICACIÓN:

Para o cálculo da nota de cada avaliación teranse en conta os seguintes criterios de cualificación:

- Resultado de probas obxectivas teórico-prácticas: probas individuais sobre aspectos tratados nas unidades didácticas. Estas probas serán realizadas cada 2 unidades, mínimo 1 por trimestre, e poderán conter preguntas teóricas de tipo test, respostas curtas ou de desenvolvemento, así como esixir a resolución de exercicios e supostos prácticos, podendo estes ser realizados en papel ou no ordenador. A ponderación das probas teórico-prácticas na nota da unidade será do 60%. O alumno deberá obter un mínimo de 2 puntos sobre 6 para que poida facer media coa parte práctica.
- A resolución dos exercicios e prácticas propostos na Aula Virtual, así coma exposicións na clase: é imprescindible, para superar o módulo, entregar o 85% dos traballos propostos polo/a profesor/a nas condicións e prazos establecidos. Valorarase a maquetación, segundo o pautado na clase, así como a ortografía, tendo en conta que se trata un módulo de comunicación. Poderán esixirse traballos individuais e traballos en grupo, onde o alumnado ten que desenvolver capacidades propias do traballo en grupo, como liderado, cooperación, respecto ás ideas dos demais, e coordinación entre os membros do equipo. O/A profesor/a poderá requirir en calquera momento a defensa da práctica entregada, por parte de cada alumno/a, individualmente, sexa esta realizada individualmente ou en grupo. A ponderación dos traballos na nota da unidade será do 40%.
- As tarefas e actividades presentadas deberán ser orixinais. Se se detectasen tarefas plaxiadas anularanse e perderase a súa puntuación correspondente a elas. No caso de que dúas ou máis persoas presentasen a mesma tarefa a sanción aplicarase a todas elas.
- Usar o móbil durante un exame, así como calquera papel escrito alieo ós facilitados pola docente, anulará o exame, obtendo a cualificación de 0.



A cualificación final da avaliación será un número enteiro de 1 a 10.

Considéranse aprobados aqueles/as alumnos/as que obteñan unha cualificación igual ou superior a 5 en cada trimestre.

O alumnado con algunha unidade formativa suspensa deberá recuperala. Se o suspens radica na non entrega ou non superación da parte práctica, realizará aqueles traballos que o docente considere que debe repetir. Se este radica na nota do exame, deberá realizar un exame teórico- práctico de recuoeración.

Realizarase un exame de recuperación por trimestre, adaptado ás unidades que o alumnado deba recuperar, e un exame de recuperación final, en xuño, con todas aquelas unidades non superadas.

CUALIFICACIÓN FINAL:

- A cualificación final será a media ponderada das 3 avaliacións: 20% primeiro trimestre, 30% segundo trimestre e 50% o terceiro trimestre.

- Alumnado con PD: realizarase un único exame final no mes de xuño.

- Alumnado con partes suspensas non recuperadas no exame final do módulo: a cualificación final será de suspenso.

CONTIDOS TEÓRICO - PRÁCTICOS DO MÓDULO:

Recoméndase o uso do manual "Investigación Comercial" da editorial Mc Graw Hill, que se complementará na clase co uso de diapositivas e material complementario na Aula Virtual.

6. Procedemento para a recuperación das partes non superadas

6.a) Procedemento para definir as actividades de recuperación

Cando o alumno/a non alcanzara unha valoración suficiente en nalgunha unidade didáctica terá dereito a facer unha recuperación, na que terá que obter un 5 para poder aprobar. Previo á recuperación, resolveranse as dúbidas do alumnado suspenso, repasando exercicios teórico-prácticos feitos e corrixidos polo/a profesor/a que imparte o módulo, e se fose necesario indicaranse actividades complementarias.

O/A alumno/a con algunha unidade didáctica suspensa deberá recuperala no exame final do módulo. Para superar as unidades didácticas suspensas optárase por dúas opcións:



- Se o suspenso deriva do 40% dos traballos: entregar os traballos non superados e aqueles non entregados, coas modificacións pertinentes realizados pola docente.
- Se o suspenso deriva do 60% da parte teórica, realizarán un exame de recuperación a final de trimestre, así coma no mes de xuño, de non superar este primeiro.

6.b) Procedemento para definir a proba de avaliación extraordinaria para o alumnado con perda de dereito a avaliación continua

A perda deste dereito non suporá a perda do dereito de seguir asistindo a clase.

A avaliación consistirá na realización dunha proba escrita, teórico- práctica no mes de xuño sobre os contidos do módulo:

- Parte teórica, que poderá incluír cuestións de diferente tipo: de elección, de resposta curta e/ou de desenvolvemento, máis ou menos amplo, de cuestións relacionadas cos contidos do módulo de Investigación comercial.
- Parte práctica: realizaranse varios supostos onde o alumno ou alumna teña que por en práctica os criterios de avaliación indicados nesta programación. Os exercicios e casos prácticos serán similares os feitos durante o curso.

Para acadar unha cualificación positiva na proba extraordinaria é preciso obter 5 puntos na nota final(dun total de 10 puntos). O resultante desta proba será a súa nota final.

7. Procedemento sobre o seguimento da programación e a avaliación da propia práctica docente

O seguimento da programación determinará en que medida a metodoloxía levada a cabo é axeitada para lograr os obxectivos fixados, avaliándose coma un proceso continuo ao longo de todo o curso. Deben ser xustificadas debidamente todas as modificacións na programación.

Os principais indicadores de grao de cumprimento da programación serán:

- O grao de cumprimento de temporalización.
- O logro dos obxectivos programados.
- Os resultados académicos acadados polo alumnado.

Para a avaliación da práctica docente recadarase información a través de coloquios co alumnado, co fin de detectar os puntos forte e débiles:

- Valoración sobre a metodoloxía e aspectos relativos á docencia
- Técnicas de avaliación
- Outras cuestións que indiquen se se acadaron os obxectivos marcados nas unidades didácticas

Da mesma maneira realizarase un cuestionario final co obxectivo de mellorar no vindeiro curso.



8. Medidas de atención á diversidade

8.a) Procedemento para a realización da avaliación inicial

A observación do alumnado nas primeiras semanas do curso é fundamental para coñecer a situación de partida. Isto permitirá coñecer todo o relacionado coa motivación dos estudantes e a actitude coa que se enfrontan ao proceso de ensino-aprendizaxe.

O obxectivo será avaliar:

- A actitude e motivación en relación ao traballo de clase e o traballo persoal, atención ante as explicacións do profesor, preguntas, participación xeral e esforzo ante as tarefas encomendadas, presentación en tempo e forma das mesmas e coidado do material.
- Asistencia e comportamento
- Coñecemento e formación anteriores

Da mesma maneira contactarase co departamento de orientación para solicitar a información precisa en caso de existir alumnado con necesidades especiais.

Coñecida a situación de partida do alumnado es as dificultades que poidan presentar, tentarase establecer a tempo as medidas oportunas para a consecución dos obxectivos fixados.

8.b) Medidas de reforzo educativo para o alumnado que non responda globalmente aos obxectivos programados

Para posibilitar a consecución por parte do alumnado dos mínimos reflexados na programación, propóñense as seguintes medidas:

- Priorizar o desenvolvemento de determinadas capacidades naqueles estudantes que así o requiran.
- Axustar a metodoloxía, adaptando os recursos pedagóxicos ás necesidades do alumnado.
- Buscar a comprensión dos aspectos esenciais de cada unidade por parte de todo o grupo.
- Materiais didácticos diversos que ofrezan un conxunto de actividades que aborden os contidos de diferentes maneiras.
- Agrupamentos flexibles, subdividindo o grupo de clase en varios grupos homoxéneos.
- A profundización e o estudo detallado de casos concretos dependerá das capacidades individuais.
- Seguimento do traballo diario e valoración da evolución que presente o alumnado respecto da situación inicial.

Do mesmo xeito propoñeranse exercicios e actividades específicas e adaptadas ao alumnado que presente determinadas dificultades, intentando



incidir nos aspectos que máis problemas presentan e fomentando unha metodoloxía o máis adecuada posible.

9. Aspectos transversais

9.a) Programación da educación en valores

Aspectos tales como o traballo en equipo, o civismo, a educación para a convivencia ou a igualdade de homes e mulleres están implícitos no desenvolvemento do proceso de ensino-aprendizaxe, de xeito que se converta nunha práctica diaria e sistemática, no só no centro académico senón tamén na súa vida diaria persoal e profesional.

Tamén se traballarán outros aspectos fundamentais:

- A puntualidade, tanto na chegada ás clases como na entrega dos traballos solicitados.
 - Responsabilidade e respecto polos seus compañeiros e respecto de todo o persoal docente.
 - Solidariedade e non discriminación.
 - Respecto polo medio ambiente e polas ferramentas de traballo.
 - Orde e limpeza.
 - Boa presenza e bo trato.
 - Capacidade para saber escoitar e falar correctamente.
 - Traballo en equipo.
 - Respecto pola seguridade e saúde no posto de traballo.
-
- Capacidade para saber escoitar e falar correctamente.
 - Traballo en equipo.
 - Respeto pola seguridade e saúde no posto de traballo

9.b) Actividades complementarias e extraescolares

Ao longo do curso poderán promoverse diferentes actividades complementarias e extraescolares tendentes a unha axeitada consecución dos resultados de aprendizaxe. Principalmente pola lectura de libros, artigos ou manuais técnicos, a proposta tanto do profesor como do alumnado para a súa valoración e análise, e pola asistencia a charlas, dentro ou fóra do centro, impartidas por especialistas nas temáticas traballadas.



Déixase aberta a posibilidade de engadir calquera outra actividade que poida xurdir ao longo do curso e que o docente considere oportuna de cara ao desenvolvemento do módulo. Tamén se realizarán as saídas e visitas a empresas ou congresos que se consideren oportunos polo departamento para completar a formación do alumnado.

A súa valoración será recollida nunha memoria co fin de debater e decidir a súa idoneidade para o curso seguinte.

10. Outros apartados

10.1) Programación ao alumnado

O comenzo de curso, o profesor comunicoulle ó alumnado os criterios de cualificación do módulo. Tamén indicalles onde poden atopar toda información relativa ó currículo da materia pertencente ao ciclo, e profundizar deste xeito, en todos os aspectos que lle podan interesar.

O docente, en colaboración cos alumnos, fixarán, cun período de antelación, as datas dos exames das distintas unidades, das recuperacións e a data dos finais de dita materia, en coordinación cos demais departamentos, tendo en consideración os prazos da avaliación.

Se o profesor o considera oportuno, poderíase facer cambios nas datas dos exames.

10.2) Metodoloxía a distancia

O módulo disporá dun curso aberto na aula virtual do centro. Esta aula será a vía principal para a ensinanza telemática e será a vía de comunicación co alumnado.

Metodoloxía no caso de ensinanza telemática para algún alumno expulsado ou con enfermidade de longa duración:

O alumnado terá a súa disposición, na aula virtual, todo o material necesario para o seguimento do módulo e a realización das tarefas que corresponda facer nese período. Tamén terá a súa disposición os Foros da aula virtual para a consulta de dúbidas.