

**PROGRAMACIÓN
DEPARTAMENTO
FAMILIA PROFESIONAL**



COMERCIO y MARKETING



IES Dr FERNÁNDEZ SANTANA

**Los Santos de
Maimona CURSO**

2025-2026

Programación didáctica Comercio y Marketing

ÍNDICE

- 1.- COMPONENTES DEL DEPARTAMENTO Y DISTRIBUCIÓN DE LA CARGA HORARIA.
- 2.- MARCO NORMATIVO BASE DE LA PROGRAMACIÓN
- 3.- ANÁLISIS DEL CONTEXTO
- 4.- COMPETENCIAS GENERALES, PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES
- 5.- OBJETIVOS GENERALES
- 6.- EVALUACIÓN, PROMOCIÓN, RECLAMACIONES, RENUNCIAS, PÉRDIDA DE EVALUACIÓN CONTINUA, EVALUACIÓN CRITERIAL
- 7.- LÍNEAS DE ACTUACIÓN (METODOLOGÍA)
- 8.- MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD
- 9.- RECUPERACIÓN DE ALUMNOS CON MATERIAS PENDIENTES DE OTROS CURSOS.
- 10.- ACTUACIONES RELACIONADAS CON PLANES Y PROYECTOS DEL CENTRO: EMPRENDIMIENTO, LECTURA Y ESCRITURA, Y MATEMÁTICAS
- 11.- MATERIALES Y RECURSOS
- 12.- PROTOCOLO DE INFORMACIÓN AL ALUMNADO: HOJAS INFORMATIVAS
- 13.- EVALUACIÓN DE LA PRÁCTICA DOCENTE
- 14.- ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES
- 15.- FP DUAL
- 16.- PROGRAMACIÓN DE CADA MÓDULO

Programación didáctica Comercio y Marketing

1.- COMPONENTES DEL DEPARTAMENTO Y DISTRIBUCIÓN DE LA CARGA HORARIA. MATERIAS PENDIENTES

En las siguientes tablas aparecen todos los módulos que son responsabilidad del departamento de Comercio para el nuevo curso. Son los módulos del ciclo formativo de grado medio de Actividades Comerciales, y los módulos del ciclo formativo de formación de profesional básica denominado Servicios Comerciales. Todos los módulos aparecen clasificados en dos bloques, según sean módulos asignados por ley a Profesores técnicos de FP de la especialidad de Procesos Comerciales, o asignados por ley a Profesores de Secundaria de la especialidad de Organización y Gestión Comercial. Se añade también las horas de coordinación dual que son 5, para el grado básico y el grado medio.

Módulos de PROCESOS COMERCIALES (PS FP)		
Nombre	Horas semanales (70)	Curso
Técnicas de almacén	4	2º ciclo actividades comerciales
Gestión de compras	3	1º ciclo actividades comerciales
Dinamización del punto de venta	6	1º ciclo actividades comerciales
Aplicaciones informáticas para el comercio	5	1º ciclo actividades comerciales
Digitalización aplicada a los sectores productivos	1	1º ciclo actividades comerciales
Servicios de atención comercial	3	2º ciclo actividades comerciales
Comercio electrónico	4	2º ciclo actividades comerciales
Coordinación DUAL ciclo	5	Ciclo de actividades comerciales
Técnicas básicas de merchandising	6	1º GB servicios comerciales
Operaciones auxiliares de almacenaje	5	2º GB servicios comerciales

Programación didáctica Comercio y Marketing

Tratamiento informático de datos	7	2º GB servicios comerciales
Aplicaciones básicas de ofimática	6	1º GB servicios comerciales
Atención al cliente	5	2º GB servicios comerciales
Preparación de pedidos y venta de productos	5	1º GB servicios comerciales
Coordinación DUAL grado básico	5	GB servicios comerciales
Proyecto intermodular	2	GB 2º servicios comerciales
Proyecto intermodular	1	GM 2º actividades comerciales
Optativa	3	GM 2º actividades comerciales
Sostenibilidad sectores productivos	1	GM 2º actividades comerciales

1 hora de tutoría en 1º FPGB servicios comerciales 1 hora de tutoría en 2º FPGB servicios comerciales

3 horas Jefatura de Familia Profesional (JFP)

TOTAL 84 HORAS PS FP

Módulos de ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN COMERCIAL (PS)		
Nombre	Horas semanales (21)	Curso
Marketing en la actividad comercial	5	1º ciclo actividades comerciales
Procesos de venta	5	1º ciclo actividades comerciales
Gestión de un pequeño comercio	7	2º ciclo actividades

Programación didáctica Comercio y Marketing

Venta técnica	4	comerciales 2º ciclo actividades comerciales
---------------	---	---

TOTAL 21 HORAS PS

TOTAL DE HORAS A REPARTIR: 108 HORAS

Además de esto, por circunstancias excepcionales el departamento de FOL cede 3 horas al nuestro con el módulo de Itinerario personal para la empleabilidad 1.

La compañera Mila tiene una reducción de 2 horas por ser mayor de 55 años.

A continuación se detalla el reparto de todos los módulos del departamento entre sus seis miembros componentes:

MANUEL MATA RAMOS

Técnicas de Almacén	2º Grado Medio	4 horas
Gestión de compras	1º Grado medio	3 horas
Tratamiento informático de datos	2º Grado básico	7 horas
Proyecto intermodular	Grado básico 2	1 horas
Jefatura departamento		3 horas
		18 horas

ISMAEL GONZÁLEZ SERRANO

Procesos de venta	1º Grado medio	5 horas
Venta técnica	2º Grado medio	4 horas
Comercio electrónico	2º Grado medio	4 horas
Preparación de pedidos	1º Grado básico	5 horas
		18 horas

Programación didáctica Comercio y Marketing

MILA MIRALLES GRAU

Marketing en la actividad comercial	1º Grado medio	5 horas
Gestión de un pequeño comercio	2º Grado medio	7 horas
Proyecto intermodular	2º Grado medio	1 horas
Digitalización aplicada a los sectores productivos	1º Grado medio	1 horas
Tutoría dual	1º Grado medio	2 horas
>55		2 horas
Tutoría	2º Grado medio	18 horas

YOLANDA QUINTERO GORDILLO

Servicios de atención comercial	2º Grado medio	3 horas
Operaciones auxiliares de almacén	2º Grado básico	5 horas
Atención al cliente	2º Grado básico	5 horas
Tutoría	2º Grado básico	1 hora
Dual	2º Grado básico	3 hora
Digitalización aplicada a los sectores productivos	1º Grado medio	1 hora
TOTAL		18

Programación didáctica Comercio y Marketing**MARÍA LOURDES CONSIÑA MARTÍNEZ**

Dinamización del punto de venta	1º Grado medio	6 horas
Optativa	2º Grado medio	3 horas
Técnicas de merchandising	1 Grado básico	6 horas
Tutoría 2º grado medio		
Coordinación DUAL ciclo		3 horas
		18 horas

ESTEFANÍA ÁLVAREZ BARROS

Aplicaciones básicas de ofimática	1º Grado básico	6 horas
Itinerario para la empleabilidad 1	1º Grado medio	3 horas
Sostenibilidad sectores productivos	2º Grado medio	1 horas
Aplicaciones informáticas para el comercio	1º Grado medio	5 horas
Tutoría 1º Grado básico		1 hora
DUAL Grado básico 1		2 horas
		18 horas

Los profesores que componen el departamento son:

- Manuel Mata Ramos (Jefatura familia profesional)
- Ismael González Serrano
- Mila Miralles Grau
- Yolanda Quintero Gordillo
- María Lourdes Consiña Martínez

Programación didáctica Comercio y Marketing

- Estefanía Álvarez Barros

El módulo profesional de PROYECTO INTERMODULAR de grado básico 2 está compartido por los profesores Yolanda Quintero (1 horas) y Manuel Mata (1 horas)

Programación didáctica Comercio y Marketing

2.- MARCO NORMATIVO BASE DE LA PROGRAMACIÓN

MÓDULOS DEL CICLO DE GRADO MEDIO DE ACTIVIDADES COMERCIALES

Para la programación de todos los módulos del ciclo de Actividades Comerciales se han seguido los siguientes reales decretos, órdenes e instrucciones:

Real decreto 1688/2011 de 18 de Noviembre (BOE 27-12-2011) por el que se establece el título de Técnico en Actividades Comerciales y se fijan sus enseñanzas mínimas

Real Decreto 185/2014 de 26 de Agosto (DOE 01-09-2014) por el que se establece el currículo del Ciclo Formativo de Grado Medio de Técnico en Actividades Comerciales en la Comunidad Autónoma de Extremadura.

Orden de 20 de junio de 2012 por la que se regula la evaluación del alumnado que cursa ciclos formativos de FP del sistema educativo en modalidad presencial de la Comunidad Autónoma de Extremadura.

ORDEN de 5 de agosto de 2015 por la que se modifica la Orden de 20 de junio de 2012 por la que se regula la evaluación, promoción y acreditación académica del alumnado que cursa Ciclos Formativos de Formación Profesional del sistema educativo en modalidad presencial de la Comunidad Autónoma de Extremadura.

A día de hoy hay un texto consolidado de la orden de evaluación en el siguiente enlace:
<http://www.educarex.es/pub/cont/com/0019/documentos/normativa/formacion-profesional/TextoConsolidadodef.pdf>

Instrucción de septiembre de este curso, de la Dirección General de FP y Universidad, por la que se dictan normas para su aplicación en los centros docentes que imparten FP en el sistema educativo en régimen presencial durante el presente curso académico.

DECRETO 14/2022, de 18 de febrero, por el que se regulan la evaluación y la promoción en la Educación Primaria, así como la evaluación, la promoción y la titulación en la Educación Secundaria Obligatoria, el Bachillerato y la Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Extremadura.

Orden de 3 Junio de 2020 (DOE 109 del 8 de junio de 2020) por la que se regula el derecho a una evaluación objetiva del alumnado y se establece el procedimiento de revisión y reclamación

Circular de 22 de marzo de 2022, de la DG de FP sobre modificación del calendario de evaluación extraordinaria de Septiembre en FP presencial

INSTRUCCIÓN 12/2024 DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL, INNOVACIÓN E INCLUSIÓN EDUCATIVA, POR LA QUE SE REGULAN ASPECTOS ORGANIZATIVOS DEL CURRÍCULO PARA LOS CICLOS FORMATIVOS DE GRADO MEDIO DEL SISTEMA EDUCATIVO EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE EXTREMADURA.

MÓDULOS DEL CICLO BÁSICO DE SERVICIOS COMERCIALES

Para la programación de todos los módulos del ciclo básico de Servicios Comerciales se han seguido los siguientes reales decretos y órdenes:

Decreto 109/2014 de 17 de junio (DOE 23-06-2014) por el que se establece el Título Profesional Básico

Programación didáctica Comercio y Marketing

en Servicios Comerciales en la Comunidad Autónoma de Extremadura.

Decreto 195/2014 de 26 de Agosto (DOE 02-09-2014) por el que se establecen las condiciones de implantación de la FP Básica en Extremadura.

Real Decreto 127/2014 de 28 de Febrero (BOE 05-03-2014) por el que se regulan aspectos específicos de la FP Básica, se aprueban 14 títulos profesionales básicos y se fijan sus currículos básicos (anexo IX establece el currículo básico del título profesional básico en Servicios Comerciales)

Evaluación: artículo 23 del RD 127/2014 de 28 Febrero (BOE 05-03-2014).

ORDEN de 4 de marzo de 2015 por la que se regulan los programas formativos específicos de Formación Profesional Básica en la Comunidad Autónoma de Extremadura. Se puede ver en el siguiente enlace:

http://www.educarex.es/pub/cont/com/0019/documentos/Orden_especificos_basica.pdf

Novedades del último curso

Instrucción de septiembre de este curso, de la Dirección General de FP y Universidad, por la que se dictan normas para su aplicación en los centros docentes que imparten FP en el sistema educativo en régimen presencial durante el presente curso académico.

DECRETO 14/2022, de 18 de febrero, por el que se regulan la evaluación y la promoción en la Educación Primaria, así como la evaluación, la promoción y la titulación en la Educación Secundaria Obligatoria, el Bachillerato y la Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Extremadura.

Orden de 3 Junio de 2020 (DOE 109 del 8 de junio de 2020) por la que se regula el derecho a una evaluación objetiva del alumnado y se establece el procedimiento de revisión y reclamación

Circular de 22 de marzo de 2022, de la DG de FP sobre modificación del calendario de evaluación extraordinaria de Septiembre en FP presencial

INSTRUCCIÓN 2/2022 DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL Y FORMACIÓN PARA EL EMPLEO POR LA QUE SE REGULA LA EVALUACIÓN, PROMOCIÓN Y ACREDITACIÓN ACADÉMICA DEL ALUMNADO QUE CURSA CICLOS DE FORMACIÓN PROFESIONAL BÁSICA DEL SISTEMA EDUCATIVO EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE EXTREMADURA DURANTE EL CURSO 2021/2022

CIRCULAR DE 12 DE ABRIL DE 2022, DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL Y FORMACIÓN PARA EL EMPLEO, POR LA QUE SE ACLARA EL PROCEDIMIENTO PARA LA PROPUESTA DE INCORPORACIÓN DEL ALUMNADO DE EDUCACIÓN SECUNDARIA OBLIGATORIA A LOS CICLOS FORMATIVOS DE GRADO BÁSICO EN EL CURSO ACADÉMICO 2022-2023.

INSTRUCCIÓN 11/2024 DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL, INNOVACIÓN E INCLUSIÓN EDUCATIVA, POR LA QUE SE REGULAN ASPECTOS ORGANIZATIVOS DEL CURRÍCULO PARA LOS CICLOS FORMATIVOS DE GRADO BÁSICO DEL SISTEMA EDUCATIVO EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE EXTREMADURA.

También se han tenido en cuenta las PROPUESTAS DE MEJORA para LOS DIFERENTES MÓDULOS Y ASIGNATURAS realizadas en la memoria final del curso pasado.

Programación didáctica Comercio y Marketing

IDENTIFICACIÓN DE LOS TÍTULOS FORMATIVOS DE NUESTRO DEPARTAMENTO	
<p>El título de Técnico en Actividades Comerciales queda identificado por los siguientes elementos:</p> <p>Denominación: Actividades Comerciales. Nivel: Formación Profesional de Grado Medio. Duración: 2.000 horas. Familia Profesional: Comercio y Marketing. Referente en la Clasificación Internacional Normalizada de la Educación: CINE-3 b</p>	<p>El título Profesional Básico en Servicios Comerciales queda identificado por los siguientes elementos:</p> <p>Denominación: Servicios Comerciales. Nivel: Formación Profesional Básica. Duración: 2000 horas Familia Profesional: Comercio y Marketing Referente europeo: CINE-3- (Clasificación Internacional Normalizada de la Educación).</p>

Programación didáctica Comercio y Marketing

3.- ANÁLISIS DEL CONTEXTO

El I.E.S. "Doctor Fernández Santana" se encuentra ubicado en Los Santos de Maimona, población que cuenta con 8249 habitantes y que se halla situada en la zona sur de Tierra de Barros en la provincia de Badajoz y cuya economía gira en torno al aprovechamiento de los recursos agrícolas y ganaderos. La actividad económica generada a partir del sector primario se traduce en el desarrollo de un potente sector transformador y comercializador de los productos agroalimentarios, principalmente vino, aceite, sector cárnico y embutidos.

Entre la oferta socioeducativa que ofrece la localidad podemos destacar la Escuela de Música, la Casa de la Cultura, la Biblioteca municipal, la Universidad Popular Santeña, el Cine Teatro monumental, la Coral Santeña, las Escuela taller, el Centro de Educación Permanente de Adultos, la Asociación Histórico Cultural Maimona y la Sala- Teatro Guirigai. A esta oferta hay que añadir las numerosas asociaciones que articulan e integran la vida de Los Santos de Maimona.

En cuanto a la OFERTA FORMATIVA del Centro, en la actualidad se imparten los 4 cursos de Educación Secundaria, los Bachilleratos de Ciencias y Tecnología y el de Humanidades y Ciencias Sociales (4 grupos), bachillerato general y 8 grupos de Formación Profesional constituidos por dos de F.P. Básica de "Servicios Comerciales", los Ciclos Formativos de Grado Medio de "Actividades Comerciales" (2 grupos) y de "Farmacia y Parafarmacia" (2 grupos) y el Ciclo Formativo de Grado Superior de Higiene Bucodental (2 grupos). El centro oferta además enseñanza bilingüe en los cuatro cursos de ESO y en el CFGM de Farmacia y Parafarmacia.

Se imparte también en el centro dos certificados de profesionalidad del ámbito sanitario.

Sobre el alumnado del centro:

El número de alumnos matriculados en el centro en los cuatro últimos años supera los 500. La etapa educativa con mayor número de alumnos es Educación Secundaria (en torno a 300 alumnos, que es el 58% del alumnado). El número de alumnos de los 4 grupos de Bachillerato gira en torno a 90 (17% del total) y el alumnado de Formación Profesional, que ha aumentado significativamente en los últimos años coincidiendo con la mejora de esta oferta formativa, y que es de 130 alumnos (un 25% del total).

En cuanto a la procedencia del alumnado, el centro constituye un distrito único al que están adscritos los alumnos de Educación Primaria de los tres centros de la localidad y no existen, por tanto, rutas para el transporte escolar. Ocasionalmente, se escolarizan en el centro alumnos procedentes de otras localidades cuyos padres se trasladan por motivos laborales, pero el porcentaje de alumnos de ESO y Bachillerato no nacidos en Los Santos de Maimona es poco significativo.

Ocurre todo lo contrario con el alumnado de Formación Profesional donde, a excepción de la Formación Profesional Básica, la mayor parte del alumnado de los ciclos formativos procede de otras localidades de la provincia, sobre todo, en los ciclos de la familia profesional de Sanidad. Este alumnado, presenta, por lo general, una media de edad muy superior a la del resto de niveles del centro.

Programación didáctica Comercio y Marketing

4.- COMPETENCIAS GENERALES, PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES

CICLO DE GRADO MEDIO DE ACTIVIDADES COMERCIALES

La competencia general es la indicada en el Real decreto 1688/2011 de 18 de Noviembre (BOE 27-12-2011) por el que se establece el título de Técnico en Actividades Comerciales y se fijan sus enseñanzas mínimas. En su artículo 4 dice:

“La competencia general de este título consiste en desarrollar actividades de distribución y comercialización de bienes y/o servicios, y en gestionar un pequeño establecimiento comercial, aplicando las normas de calidad y seguridad establecidas y respetando la legislación vigente”

Las competencias profesionales, personales y sociales son las indicadas en el artículo 5:

“Las competencias profesionales, personales y sociales de este título son las que se relacionan a continuación:

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

Programación didáctica Comercio y Marketing

aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación.

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

CICLO DE GRADO BÁSICO DE SERVICIOS COMERCIALES

La competencia general de este título consiste en realizar operaciones auxiliares de comercialización, «merchandising» y almacenaje de productos y mercancías, así como las operaciones de tratamiento de datos relacionadas, siguiendo protocolos, criterios comerciales y de imagen, en condiciones de seguridad, salud y respeto ambiental.

Las competencias profesionales, personales, sociales y las competencias para el aprendizaje permanente de este título son las que se relacionan a continuación:

- a) Recepcionar mercancías en almacén y registrar entradas etiquetándolas y codificándolas conforme a sus características y condiciones de manipulación y conservación.
- b) Manejar, transportar y ubicar mercancías en almacén aplicando sistemas básicos de almacenamiento y utilizando carretillas automotoras o manuales y medios de manipulación complementarios.
- c) Realizar recuentos e inventarios periódicos de mercancías y/o productos, registrando la información en documentos de control y en aplicaciones informáticas para el control de existencias.
- d) Mantener actualizada la información en puntos de venta, detectando desabastecimientos, huecos e incidencias y transmitiéndola con prontitud a los superiores.
- e) Colocar elementos de animación en puntos de venta y disponer productos en los expositores y lineales, siguiendo instrucciones, aplicando criterios comerciales y respetando la imagen de la empresa.
- f) Aplicar técnicas de empaquetado y presentación atractiva de productos para facilitar su promoción en el punto de venta y transmitir la imagen de la empresa.
- g) Seleccionar mercancías o productos, conforme a órdenes de trabajo, utilizando herramientas de control y peso de mercancías, para la preparación de pedidos en el tiempo estipulado y en la forma establecida.
- h) Embalar y etiquetar unidades de pedido utilizando equipos y medios de etiquetado y embalaje para preservar la conservación y estabilidad del pedido hasta su destino final.

Programación didáctica Comercio y Marketing

- i) Comunicarse eficazmente con públicos objetivos en cada momento, utilizando normas de cortesía en la atención al posible cliente y transmitiendo la imagen corporativa de la empresa.
- j) Atender al cliente, suministrando información sobre la localización y características de los productos, demostrando interés y preocupación por resolver satisfactoriamente sus necesidades y aplicando, en su caso, técnicas protocolizadas para la resolución de quejas.
- k) Mantener el área de trabajo, su mobiliario, vitrinas y escaparates limpios y en orden a lo largo de su actividad.
- l) Introducir datos y textos en terminales informáticas con exactitud y rapidez.
- m) Elaborar textos, tablas y gráficos utilizando diferentes aplicaciones informáticas.
- n) Utilizar los equipos de telefonía, recibiendo, distribuyendo y emitiendo llamadas y mensajes, con precisión.
- ñ) Desarrollar las tareas propias, a su nivel, con autonomía y responsabilidad, empleando criterios de calidad y eficiencia, aplicando las competencias y destrezas profesionales necesarias para el buen hacer profesional y adaptándose a las nuevas situaciones derivadas de los cambios tecnológicos y organizativos en su ámbito profesional.
- o) Trabajar en equipo y comunicarse eficazmente, respetando la autonomía y competencia de las distintas personas que intervienen en el ámbito de su trabajo y el principio de igualdad de oportunidades, mediante la formación en la prevención de conflictos y resolución pacífica de los mismos, para mejorar la calidad del trabajo realizado.
- p) Actuar con espíritu emprendedor, iniciativa personal y responsabilidad en la elección de los procedimientos de su actividad laboral y empresarial, mediante la aplicación, entre otras, de medidas de prevención de riesgos y seguridad laboral.

5.- OBJETIVOS GENERALES

CICLO GRADO MEDIO ACTIVIDADES COMERCIALES

Los **objetivos generales** del ciclo son los indicados en el Real decreto 1688/2011 de 18 de Noviembre (BOE 27-12-2011) por el que se establece el título de Técnico en Actividades Comerciales y se fijan sus enseñanzas mínimas. En su artículo 9 dice:

“Los objetivos generales de este ciclo formativo son los siguientes:

- a) Recabar las iniciativas emprendedoras y buscar las oportunidades de creación de pequeños negocios comerciales al por menor, valorando el impacto sobre el entorno de actuación e incorporando valores éticos para realizar proyectos de viabilidad de implantación por cuenta propia de negocios comerciales al por menor.
- b) Delimitar las características y cuantía de los recursos económicos necesarios, atendiendo a las características de la tienda y de los productos ofertados para la puesta en marcha de un pequeño negocio al por menor.
- c) Analizar operaciones de compraventa y de cobro y pago, utilizando medios convencionales o electrónicos para administrar y gestionar un pequeño establecimiento comercial.
- d) Comparar y evaluar pedidos de clientes a través de los diferentes canales de comercialización, atendiendo y satisfaciendo sus necesidades de productos y/o servicios, para realizar la venta de productos y/o servicios.
- e) Identificar los procesos de seguimiento y post venta, atendiendo y resolviendo las reclamaciones presentadas por los clientes, para realizar la venta de productos y/o servicios.
- f) Reconocer las tareas de recepción, ubicación y expedición de mercancías en el almacén, asignando

Programación didáctica Comercio y Marketing

medios materiales y humanos, controlando los stocks de mercancías y aplicando la normativa vigente en materia de seguridad e higiene, para organizar las operaciones del almacenaje de las mercancías.

g) Acopiar y procesar datos de previsiones de demanda y compras a proveedores, utilizando tecnologías de la información y comunicación para garantizar el aprovisionamiento del pequeño negocio.

h) Identificar y elegir los mejores proveedores y/o suministradores, negociando las ofertas y condiciones de suministro para realizar las compras necesarias que mantengan el nivel de servicio establecido en función de la demanda de los clientes o consumidores.

i) Crear imagen de tienda, combinando los elementos exteriores e interiores del establecimiento comercial con criterios comerciales, para realizar actividades de animación del punto de venta en establecimientos dedicados a la comercialización de productos y/o servicios.

j) Analizar las políticas de venta y fidelización de clientes, organizando la exposición y promoción del surtido, para realizar actividades de animación del punto de venta en establecimientos dedicados a la comercialización de productos y/o servicios.

k) Seleccionar datos e introducirlos en la página web de la empresa, realizando su mantenimiento y buscando un buen posicionamiento, la facilidad de uso y la máxima persuasión para realizar acciones de comercio electrónico.

l) Fomentar las interrelaciones con otros usuarios de la red, utilizando estrategias de marketing digital en las redes sociales, para realizar acciones de comercio electrónico.

m) Reconocer las características de los programas informáticos utilizados habitualmente en el sector comercial, confeccionando documentos y materiales informáticos para realizar la gestión comercial y administrativa del establecimiento comercial.

n) Identificar el mercado y el entorno de la empresa comercial, obteniendo y organizando la información de los agentes que intervienen en el proceso comercial y aplicando políticas de marketing apropiadas para ejecutar las acciones de marketing definidas por la organización comercial en el plan de marketing.

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

o) Determinar las características diferenciadoras de cada subsector comercial, ofertando los productos y/o servicios mediante técnicas de marketing apropiadas para realizar ventas especializadas de productos y/o servicios.

p) Identificar expresiones y reglas de comunicación en inglés, tanto de palabra como por escrito, para gestionar en inglés las relaciones con clientes, usuarios o consumidores.

q) Analizar y utilizar los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación para aprender y actualizar sus conocimientos, reconociendo las posibilidades de mejora profesional y personal, para adaptarse a diferentes situaciones profesionales y laborales.

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

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

t) Aplicar técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a su finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia del proceso.

u) Analizar los riesgos ambientales y laborales asociados a la actividad profesional, relacionándolos con las causas que los producen, a fin de fundamentar las medidas preventivas que se van adoptar, y

Programación didáctica Comercio y Marketing

aplicar los protocolos correspondientes para evitar daños en uno mismo, en las demás personas, en el entorno y en el medio ambiente.

v) Analizar y aplicar las técnicas necesarias para dar respuesta a la accesibilidad universal y al “diseño para todos”.

w) Aplicar y analizar las técnicas necesarias para mejorar los procedimientos de calidad del trabajo en el proceso de aprendizaje y del sector productivo de referencia.

x) Utilizar procedimientos relacionados con la cultura emprendedora, empresarial y de iniciativa profesional, para realizar la gestión básica de una pequeña empresa o emprender un trabajo.

y) 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.”

CICLO GRADO BÁSICO SERVICIOS COMERCIALES

Los objetivos generales de este ciclo formativo son los siguientes:

a) Reconocer las fases del procedimiento de recepción y registro de mercancía en almacén relacionándolas con cada tipo de mercancía para proceder a su recepción.

b) Clasificar los espacios y zonas de los almacenes relacionándolos con los elementos de transporte y almacenamiento adecuados para cada uno para manejar, transportar y ubicar mercancías.

c) Identificar los procesos de recuento y control de mercancías en almacén siguiendo instrucciones y cumplimentando los documentos necesarios para realizar inventarios.

d) Aplicar los procedimientos de control de desabastecimientos e incidencias siguiendo la cadena de comunicación prevista para mantener actualizada la información de los puntos de venta.

e) Reconocer equipamientos y técnicas de exposición de mercancías vinculándolos a cada tipo de empresa para colocar elementos de animación en punto de venta y disponer los productos.

f) Identificar materiales y técnicas de empaquetado relacionándolos con el tipo de producto y la imagen de la empresa para realizar la presentación atractiva de producto.

g) Reconocer y emplear las herramientas de control y peso de mercancías relacionándolas con las fases de preparación de pedidos y las órdenes de trabajo para seleccionar mercancías o productos.

h) Describir elementos y materiales de identificación de embalajes relacionándolos con las condiciones de seguridad del pedido para embalar y etiquetar unidades de pedido.

i) Reconocer y aplicar las técnicas de comunicación y las normas de cortesía seleccionando las adecuadas a cada tipo de cliente y a la imagen de la empresa para comunicarse eficazmente con públicos objetivos diferentes.

j) Identificar las necesidades de los clientes y la información precisa para satisfacerlas aplicando técnicas y protocolos de resolución de incidencias y quejas para atender a los clientes.

k) Seleccionar las técnicas y materiales de limpieza relacionándolos con cada elemento del puesto de trabajo para mantener el área de trabajo limpia y en orden.

l) Describir aplicaciones informáticas de propósito general identificando los procedimientos para introducir datos y textos

m) Analizar y utilizar las características y posibilidades de procesadores de texto y hojas de cálculo empleando sus principales utilidades para elaborar textos, tablas y gráficos.

n) Relacionar los rasgos básicos del proceso de comunicación telefónica con los procedimientos establecidos en entornos empresariales determinando los elementos relevantes de los mensajes más usuales para la recepción y emisión de llamadas y mensajes.

ñ) Participar en trabajos colectivos asumiendo con responsabilidad las tareas encomendadas para

- integrarse de manera tolerante, respetuosa y colaborativa en equipos de trabajo.
- o) Aplicar técnicas básicas de comunicación interpretando, elaborando y transmitiendo mensajes orales y escritos para comunicarse eficazmente con las personas en su entorno habitual de trabajo.
 - p) Identificar los riesgos ambientales y laborales asociados a la actividad profesional, adoptando las medidas establecidas para cumplir las normas de seguridad laboral (y evitar daños en uno mismo, en otras personas, en el entorno próximo y/o en el medio ambiente).
 - q) Adoptar medidas de respuesta ante las contingencias habituales que puedan surgir en el desarrollo de su propio trabajo, aplicando con autonomía y responsabilidad las instrucciones correspondientes para actuar con confianza en su propia capacidad profesional.
 - r) Identificar los principales recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida utilizando las TIC para actualizar sus conocimientos, adaptarse a los cambios profesionales y mejorar sus posibilidades de inserción laboral.
 - s) Relacionar las condiciones laborales reguladas en su entorno profesional con el reconocimiento de sus derechos y deberes para participar en la sociedad con autonomía, responsabilidad, iniciativa personal y espíritu emprendedor.

6.- EVALUACIÓN, PROMOCIÓN, RECLAMACIONES, RENUNCIAS, PÉRDIDAS DE EVALUACIÓN CONTINUA

La evaluación debe cumplir una función eminentemente formativa, es decir, debe ayudar al alumno a aprender, aportándole información sobre su progreso y sobre cómo superar las dificultades encontradas.

La corrección de las pruebas por parte del profesorado deberá contener además de una calificación la indicación expresa de las carencias, faltas o errores cometidos y la incidencia de los mismos en la calificación según baremo especificado antes de la prueba.

Se deben utilizar registros variados.

Evaluación en el grado básico

Evaluación del alumnado de primer curso.

Sesiones Ordinarias.- Las sesiones ordinarias se celebrarán, al menos, una por trimestre. La última se considerará Final Ordinaria.

En la evaluación final ordinaria el alumnado tendrá derecho a:

A promocionar a segundo curso, cuando tenga evaluación positiva en todos los módulos.

Acceder a la evaluación final extraordinaria de junio, cuando sólo tenga evaluación negativa en uno de los módulos asociados a bloques comunes (Comunicación y Sociedad I, Ciencias Aplicadas I).

Permanecer en el centro educativo realizando actividades de repaso y recuperación hasta la finalización del curso académico y a acceder a la evaluación final extraordinaria, cuando no se encuentre en las situaciones recogidas en los apartados anteriores. Se considerarán susceptibles de evaluación extraordinaria todos los módulos profesionales.

Programación didáctica Comercio y Marketing

Sesión de evaluación Final Extraordinaria.- Se celebrará en el mes de junio y en ella el alumnado tendrá derecho a :

Promocionar a segundo curso cuando los módulos profesionales pendientes asociados a unidades de competencia no superen el 20 por ciento del horario semanal y además tenga superado alguno de los módulos asociados a bloques comunes. No obstante, deberá matricularse de los módulos profesionales y/o unidades formativas pendientes de primero. Para ello, los centros deberán organizar las consiguientes actividades de recuperación y evaluación.

Volver a cursar estas enseñanzas cuando no se encuentre en la situación recogida en el apartado anterior en los términos siguientes, teniendo como referencia las unidades formativas en lugar del módulo correspondiente:

Alumnado con evaluación negativa en módulos y unidades formativas que superen el 50% del horario semanal tendrá que cursar la totalidad de los módulos y ámbitos del primer curso del correspondiente nuevo ciclo formativo de grado básico, con independencia de la calificación obtenida.

Alumnado con evaluación negativa en módulos y unidades formativas hasta en un 50 % del horario semanal, tendrá que cursar los ámbitos o módulos del correspondiente nuevo ciclo formativo de grado básico pendientes. Podrá matricularse de módulos y unidades formativas de segundo curso de Formación Profesional Básica hasta completar el horario lectivo siempre que exista disponibilidad en los centros sin necesidad de pedir simultaneidad de estudios para ello.

Evaluación del alumnado de segundo curso. *Es igual que para los alumnos de primero.*

Sesiones Ordinarias.- Las sesiones ordinarias se celebrarán, al menos, una por cada trimestre de formación en el centro educativo; la última, previa a la realización de la segunda unidad formativa del módulo de formación en centros de trabajo, tendrá la consideración de evaluación Final Ordinaria. En esta sesión también deberá ser evaluado aquel alumnado que tenga módulos pendientes de primer curso.

En la sesión de evaluación final ordinaria, el alumnado tendrá derecho a:

Programación didáctica Comercio y Marketing

Sesión de evaluación Final Extraordinaria.- Se celebrará en el mes de junio y tras la misma el alumnado tendrá derecho a:

Obtener el título de Formación Profesional Básica cuando tenga evaluación positiva en todos los módulos que componen el ciclo incluido el módulo de formación en centros de trabajo. Este mismo alumnado obtendrá también el título de Graduado en Educación Secundaria Obligatoria de acuerdo con el artículo 18 del Real Decreto 984/2021, de 16 de noviembre, por el que se regulan la evaluación y la promoción en la Educación Primaria, así como la evaluación, la promoción y la titulación en la Educación Secundaria Obligatoria, el Bachillerato y la Formación Profesional.

Volver a cursar estas enseñanzas cuando no se encuentre en la situación recogida en el apartado anterior en los términos siguientes, teniendo como referencia las unidades formativas en lugar del módulo correspondiente:

Alumnado con evaluación negativa en módulos y unidades formativas de segundo curso que superen el 50% del horario semanal, tendrá que cursar la totalidad de los módulos y unidades formativas, con independencia de la calificación obtenida.

Alumnado con evaluación negativa en módulos de segundo curso hasta en un 50 % del horario semanal, sólo tendrá que cursar los módulos pendientes. El centro educativo planificará actividades educativas hasta completar el horario de este alumnado, con la finalidad de poder ser evaluado en todas las materias pendientes ya sean de primer o de segundo curso.

Programación didáctica Comercio y Marketing

LA EVALUACIÓN EN EL CICLO DE GRADO MEDIO

Evaluación de alumnos de primer curso.

Sesiones Ordinarias.-Las sesiones ordinarias se celebrarán, al menos, una por trimestre. La última, que se celebrará en el mes de junio, se considerará final ordinaria.

En la evaluación final ordinaria, el alumnado tendrá derecho a:

Promocionar a segundo curso, cuando tenga evaluación positiva en todos los módulos.

Acceder a la evaluación final extraordinaria en caso contrario. Esta evaluación extraordinaria ya no se hace en Septiembre sino en Junio: unas semanas después de la evaluación final ordinaria.

Sesión de evaluación final extraordinaria.- Se celebrará en el mes de Junio y en ella el alumnado tendrá derecho a :

Promocionar a segundo curso cuando los módulos profesionales pendientes no superen en su conjunto las **ocho horas semanales**. No obstante, deberá matricularse de los módulos profesionales pendientes de primero. Para ello, los centros deberán organizar las consiguientes actividades de recuperación y evaluación.

En caso contrario, repetir curso, matriculándose de los módulos pendientes de superar.

Evaluación de alumnos de segundo curso.

Sesiones ordinarias.- Las sesiones ordinarias se celebrarán, al menos, una por cada trimestre de formación en el centro educativo; la última tendrá la consideración de evaluación final ordinaria. En esta sesión también deberá ser evaluado aquel alumnado que tenga módulos pendientes de primer curso.

En la sesión de evaluación final ordinaria, el alumnado tendrá derecho a:

Sesión de evaluación final extraordinaria.- Se celebrará en el mes de junio. En esta sesión también deberá ser evaluado aquel alumnado que tenga módulos pendientes de primer curso.

Se transcriben a continuación los textos legislativos más importantes respecto a la evaluación del alumnado de FP

Extracto del DECRETO 14/2022, de 18 de febrero, por el que se regulan la evaluación y la promoción en la Educación Primaria, así como la evaluación, la promoción y la titulación en la Educación Secundaria Obligatoria, el Bachillerato y la Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Extremadura. publicado en D.O.E NÚMERO 37 del Miércoles, 23 de febrero de 2022

Evaluación y titulación.

En la exposición de motivos se indican dos cosas cruciales para la FP Básica y la FP de grado medio:
La superación de un Ciclo Formativo de Grado Básico conducirá a la obtención del título de Graduado

Programación didáctica Comercio y Marketing

en Educación Secundaria Obligatoria.

En Formación Profesional, la evaluación del aprendizaje del alumnado se realizará por módulos, teniendo en cuenta la globalidad del ciclo.

CAPÍTULO I. Disposiciones Generales. Artículo 2. Referentes de la evaluación.

La formación profesional tendrá como referente los elementos de los currículums básicos publicados para cada uno de los títulos, teniendo siempre en cuenta la globalidad del ciclo.

Artículo 3. Garantías de una evaluación objetiva.

Para favorecer y garantizar el efectivo cumplimiento del derecho que asiste al alumnado a una evaluación objetiva y a que su dedicación, esfuerzo y rendimiento sean valorados y reconocidos con objetividad, se estará a lo dispuesto en la Orden de 3 de junio de 2020, por la que se regula el derecho del alumnado a una evaluación objetiva y se establece el procedimiento de revisión y reclamación de las calificaciones y de las decisiones de promoción, certificación u obtención del título correspondiente.

Artículo 4. Atención a las diferencias individuales en la evaluación.

Igualmente, se promoverá y establecerá el uso generalizado de instrumentos de evaluación variados, diversos y adaptados a las distintas situaciones de aprendizaje, que permitan la valoración objetiva de todo el alumnado, debiendo quedar los mismos fijados y sujetos a revisión en las diferentes programaciones.

Artículo 14. Incorporación a un Ciclo Formativo de Grado Básico.

Los equipos docentes podrán proponer que, se incorporen al primer curso de un Ciclo Formativo de Grado Básico aquellos alumnos y alumnas cuyo perfil académico y vocacional lo aconseje, a través del consejo orientador, siempre que cumplan los siguientes requisitos: a) Que tengan cumplidos quince años, o los cumplan durante el año natural en curso. b) Que hayan cursado el tercer curso de Educación Secundaria Obligatoria o, excepcionalmente, haber cursado el segundo curso.

Artículo 7. Acceso a los documentos y pruebas de evaluación y derecho a copia.

El alumnado, si fuera mayor de edad, o sus padres, madres o representantes legales, podrán solicitar copia, en cuanto interesados legítimos, de los instrumentos de evaluación que le hayan sido aplicados, una vez que hayan sido valorados.

No se facilitarán aquellas producciones del alumnado que no admiten copia, pero sí se permitirá al alumnado o a sus padres, madres o representantes legales recoger testimonio fotográfico de las mismas.

A los efectos de lo establecido en el presente artículo , se entiende por instrumentos de evaluación todos aquellos documentos o registros utilizados por el profesorado para la observación sistemática y el seguimiento del proceso de aprendizaje del alumnado que aparezcan recogidos como tales en las

Programación didáctica Comercio y Marketing

correspondientes programaciones.

Todos los instrumentos de evaluación aplicados en un curso escolar, cuando se trate de material escrito -en soporte papel o electrónico-, registros de pruebas orales o producciones del alumnado, en tanto que son el fundamento de los acuerdos y decisiones adoptados respecto al proceso de aprendizaje, deberán ser conservados por el centro al menos hasta tres meses después del inicio de las actividades lectivas del curso académico siguiente o, en el caso de que se interponga reclamación o recurso contencioso-administrativo, hasta su resolución.

CAPÍTULO III Procedimiento de revisión

Artículo 8. Procedimiento de revisión en el centro. Solicitud.

Los alumnos y las alumnas o sus padres, madres o representantes legales podrán solicitar al profesorado o, en su caso, al tutor o la tutora cuantas aclaraciones consideren precisas acerca de las valoraciones que se realicen sobre su proceso de aprendizaje, así como sobre las calificaciones o decisiones que se adopten como resultado de dicho proceso.

En el supuesto de que, tras las oportunas aclaraciones, estas se consideren insuficientes o exista desacuerdo con la calificación final obtenida en un área, materia o módulo, o con la decisión de promoción, titulación o certificación adoptada para un alumno o una alumna, la persona interesada, si es mayor de edad, o sus padres, madres o representantes legales en caso contrario, podrán solicitar por escrito a la dirección del centro docente, la revisión de dicha calificación o decisión, en el plazo de dos días lectivos a partir del siguiente a aquel en que se produjo su notificación oficial; se entiende por tal el día de la comunicación oficial de las calificaciones o decisiones (que se llevará necesariamente a cabo a través de la plataforma Rayuela en los centros sostenidos con fondos públicos) y no el día en que aquellas se recojan (si este fuera posterior al de la comunicación oficial). Cuando la solicitud de revisión se presente fuera de plazo, se comunicará a la persona interesada su inadmisibilidad.

La solicitud de revisión se entregará en la Secretaría del centro

La solicitud será tramitada a través de la Jefatura de Estudios u órgano que asuma sus funciones, quien la trasladará, el mismo día en que se presente, según los casos, a la **jefatura del departamento didáctico o de familia profesional** o a quien coordine el equipo de nivel, ciclo o cualquier otra estructura de coordinación didáctica equivalente, y comunicará tal circunstancia al profesor tutor o a la profesora tutora. Cuando el objeto de la revisión sea la decisión de promoción o titulación, la solicitud se trasladará al **profesor tutor o profesora tutora del alumno o de la alumna**, como responsable de la coordinación de la sesión final de evaluación en que la misma ha sido adoptado.

Artículo 10. Revisión de la decisión de promoción o titulación.

Cuando la solicitud de revisión tenga por objeto la decisión de promoción o titulación adoptada para un alumno o una alumna por el equipo docente, se celebrará una reunión extraordinaria en un plazo máximo de dos días lectivos desde la finalización del período de solicitud de revisión. En esa reunión el equipo docente revisará el proceso de adopción de dicha medida a la vista de las alegaciones

Programación didáctica Comercio y Marketing

CIRCULAR DE 22 DE MARZO DE 2022, DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL Y FORMACIÓN PARA EL EMPLEO, SOBRE LA MODIFICACIÓN DEL CALENDARIO DE EVALUACIÓN EXTRAORDINARIA DE SEPTIEMBRE EN LAS ENSEÑANZAS DE FORMACIÓN PROFESIONAL PRESENCIAL PARA EL CURSO 2021/2022.

En Formación Profesional en régimen presencial (Formación Profesional Básica, primero de Ciclo Formativo de Grado Medio, primero de Ciclo Formativo de Grado Superior y Cursos de Especialización), las pruebas extraordinarias de evaluación para el alumnado con módulos profesionales no superados y que antes realizaban en septiembre, así como la entrega de las calificaciones correspondientes, tendrán como fecha límite finales de junio.

CIRCULAR DE 12 DE ABRIL DE 2022, DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL Y FORMACIÓN PARA EL EMPLEO, POR LA QUE SE ACLARA EL PROCEDIMIENTO PARA LA PROPUESTA DE INCORPORACIÓN DEL ALUMNADO DE EDUCACIÓN SECUNDARIA OBLIGATORIA A LOS CICLOS FORMATIVOS DE GRADO BÁSICO EN EL CURSO ACADÉMICO 2022-2023

INSTRUCCIÓN 2/2022 DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL Y FORMACIÓN PARA EL EMPLEO POR LA QUE SE REGULA LA EVALUACIÓN, PROMOCIÓN Y ACREDITACIÓN ACADÉMICA DEL ALUMNADO QUE CURSA CICLOS DE FORMACIÓN PROFESIONAL BÁSICA DEL SISTEMA EDUCATIVO EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE EXTREMADURA DURANTE EL CURSO 2021/2022.**Octavo. Calificaciones.**

La calificación de los módulos profesionales será entre uno y diez, sin decimales, redondeando por exceso la cifra entera siempre que los decimales sean igual o superior a cinco. Se considerarán positivas las iguales o superiores a cinco y negativas las restantes.

La obtención de las calificaciones de los módulos de Comunicación y Sociedad I y II se realizará aplicando una media ponderada del 70% para la unidad formativa de Lengua Castellana y Ciencias Sociales y de un 30% para la unidad formativa de Idioma Extranjero. **No se superará este módulo sin tener una calificación mínima de un cuatro en cada una de las unidades formativas.**

En aquellos casos en los que por aplicación de la media ponderada citada se obtuviera una calificación de 5 o superior teniendo en alguna de las unidades formativas una calificación inferior a 4, no se aplicará la citada media ponderada y se calificará el módulo con un 4.

Condiciones indispensables para la superación de los módulos de Ciencias aplicadas II y Comunicación y sociedad II:

Para poder superar el módulo de ciencias Aplicadas II, será necesario tener superado previamente el módulo de Ciencias Aplicadas I.

Para poder superar las Unidades Formativas del módulo de Comunicación y sociedad II, será necesario tener superadas previamente las respectivas Unidades formativas de primero.

No obstante lo anterior, si el módulo de Comunicación y Sociedad I estuviera superado, se considerará a estos efectos superadas todas sus unidades formativas.

PERDIDA EVALUACIÓN CONTINUA CICLO ACTIVIDADES COMERCIALES**Artículo 126 del ROF “PÉRDIDA DE EVALUACIÓN CONTINUA”:**

“La pérdida del derecho a la evaluación continua podrá estar referida a cualquiera de las evaluaciones realizadas a lo largo del curso o a la totalidad del curso en que el alumno se encuentre matriculado.

En cualquiera de las evaluaciones trimestrales o en el total del curso, no podrá aplicarse el proceso de evaluación continua cuando el alumno acumule un **número de faltas de asistencia injustificadas igual o superior al 15 por 100 de las horas de formación en el centro educativo** que correspondan, respectivamente, a una materia o a un módulo profesional en la totalidad del trimestre o la totalidad del curso en que el alumno se halle matriculado ...”

“Igualmente, no podrá aplicarse el proceso de evaluación continua al alumno que, en una evaluación o en total del curso, **acumule un 30 por 100 de faltas de asistencia, aunque estas fueran justificadas.**”

Programación didáctica Comercio y Marketing

Anexo XII del Proyecto Educativo de Concreción y desarrollo curricular “ACUERDO SOBRE PROCEDIMIENTOS EXTRAORDINARIOS DE EVALUACIÓN POR FALTAS DE ASISTENCIA”:

“6. La Jefatura de Estudios del centro, a propuesta del profesor y tutor del grupo de alumnos, comunicará al alumno mayor de edad o a sus padres o tutores legales la imposibilidad de aplicar los instrumentos habituales previstos dentro del proceso de evaluación continua mediante el siguiente PROCEDIMIENTO:

- a. **Cuando se sobrepase el 10 por 100 de faltas no justificadas** en una materia o módulo profesional, o en el total de materias o módulos profesionales de cualquier nivel educativo, el Jefe de Estudios realizará un **APERCIBIMIENTO**, que le será entregado al alumno, (si es mayor de edad) o a sus padres o tutores legales, en el que se advertirá de la necesidad de asistir a clase y de las consecuencias que tendrá la acumulación de faltas a la hora de poder aplicar el proceso de evaluación continua.
- b. **Alcanzado el límite del 15 por 100 de faltas no justificadas**, el Jefe de Estudios del centro remitirá una **NOTIFICACIÓN**, comunicando al alumno o a sus representantes legales la imposibilidad de aplicar los procedimientos generales de evaluación (ya sea en una materia o módulo profesional o en el total de las materias o módulos profesionales), y la necesidad de adoptar procedimientos extraordinarios de evaluación.
- c. Igualmente se utilizará este procedimiento de comunicación para aquellos casos en los que la imposibilidad de aplicar los instrumentos previstos en el proceso de evaluación continua se deba a la **acumulación de faltas de asistencia, aunque estas fuesen justificadas**. En este supuesto, el **apercibimiento** será remitido al alumno y/o a sus padres o tutores legales **cuando se sobrepase el 20 por 100 de faltas de asistencia y la comunicación de la pérdida del derecho a evaluación continua cuando el alumno sobrepase el 30 por 100 de faltas.**”

RENUNCIA A CONVOCATORIA.

Se podrá renunciar a la evaluación y calificación de una o las dos convocatorias del curso académico de todos o algunos módulos profesionales del ciclo formativo siempre que concurra alguna de las siguientes circunstancias:

Enfermedad prolongada o accidente.

Obligaciones personales o familiares apreciadas por la dirección del centro que condicionen o impidan la normal dedicación al estudio.

Desempeño de un puesto de trabajo.

Ritmo bajo de adquisición de conocimientos que impidan abarcar la totalidad de los módulos del curso unido a un elevado interés, gran dedicación y trabajo por parte del alumnado. Todo ello apreciado por el equipo educativo del grupo y formalizado en un modelo por escrito.

ANULACIÓN DE MATRÍCULA.

Se acordará de OFICIO la anulación de matrícula en las enseñanzas de FP en los siguientes supuestos:

Si una vez iniciado el curso y transcurridos quince días lectivos continuados se observa la no incorporación o la inasistencia injustificada a las actividades lectivas.

Cuando el alumno acumule un número de faltas de asistencia **injustificadas igual o superior al 20%** de las horas de formación en el centro educativo que correspondan al total de módulos en el que se encuentre matriculado, excluyendo módulos pendientes y los convalidados o a los que se haya

Programación didáctica Comercio y Marketing

renunciado. La dirección del centro, a propuesta del TUTOR del grupo de alumnos, acordará la anulación.

Evaluación criterial

Con la intención de cumplir con las últimas normas legislativas en materia de formación profesional se propone a los compañeros de departamento que actualicen sus programaciones con una tabla en la que detallen y relacionen los contenidos con los resultados de aprendizaje y criterios vinculados. Para ello deben relacionar sus actividades e instrumentos de evaluación con los criterios.

De esta manera se busca que las evaluaciones sean criteriales y basadas en la consecución de los resultados de aprendizaje.

Esta es la tabla que se elaborará en cada programación de módulo profesional:

U.T	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	CRITERIOS DE CALIFICACIÓN	INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN	CRITERIOS DE CALIFICACIÓN	% R.A
	Aquí ponemos el R.A vinculado a la U.T (decreto)	para no sobrecargar la tabla, indicamos sólo las letras.	- Observación directa - Pruebas objetivas (exámenes) - Actividades (no es necesario especificar cuáles)	% de peso del instrumento de evaluación en la nota del tema.	Es posible que un R.A tenga asociados más de una unidad de trabajo.

Programación didáctica Comercio y Marketing

7.- LÍNEAS DE ACTUACIÓN (METODOLOGÍA)

Aparte de las consideraciones realizadas en cada módulo profesional, el departamento apuesta por una serie de principios metodológicos:

Un mayor peso de **los aspectos prácticos**. Se aprende haciendo tareas y actividades más que escuchando clases magistrales del profesorado.

El uso de las TIC en el aula.

Programaciones flexibles. Es importante adaptarse a las necesidades del alumnado y tras el primer mes evaluar la práctica docente y hacer cambios si estos fueran necesarios.

En ocasiones se observa que metodologías muy teóricas generan mayores conflictos en el aula por lo que siempre se deben proponer **actividades para trabajar los contenidos** más que lecciones magistrales.

Dada las características del alumnado de grado básico y grado medio. Vamos a proponer siempre varios tipos de actividades. Actividades de introducción de contenidos en la que valoremos los conocimientos previos, actividades de desarrollo donde trabajaremos los contenidos, siempre fijándonos en los criterios de evaluación., actividades finales o de síntesis; en la que pongamos en valor lo que hemos trabajado en el aula y sirva de repaso de los contenidos.

También se proponen **actividades motivadoras**, ya que he observado que el alumnado en muchas ocasiones acusa una gran falta de interés. Por ello se preparan también estas actividades y se les da orientación sobre métodos de estudio así como salidas profesionales.

Se hace importante en la actualidad que el profesorado tenga **capacidad de escucha y paciencia** con el alumnado, ya que en muchas ocasiones estos pueden llevarnos a situaciones de conflicto donde nosotros, el profesorado, debemos poder mantener la calma y no provocar incidentes mayores.

8.- MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

Los profesores intentarán en la medida de sus posibilidades adaptar el proceso de enseñanza aprendizaje a la realidad concreta de cada alumno. Todo ello sin perder de vista la idea principal de que todos los alumnos aprendan y trabajen los mismos contenidos, para salir mínimamente preparados de cara a un desempeño laboral de la profesión de comercial en sus diferentes posibilidades.

La atención a la diversidad no implicará “rebajas” en los contenidos exigidos por un triple motivo: Los contenidos mínimos son los mismos para todos los alumnos, no debe cometerse agravio comparativo, y todos los alumnos han de salir bien preparados al mundo laboral.

En las programaciones por módulo los profesores incluyen aspectos concretos sobre cómo llevan a cabo sus medidas de atención a la diversidad.

A nivel de departamento, se proponen actividades diversas y variadas, donde trabajen los contenidos con diferentes grados de dificultad. Se proponen cambios de sitio a los alumnos para que puedan mejorar su capacidad de atención y también se pueden repetir algunas actividades.

Programación didáctica Comercio y Marketing

9.- RECUPERACIÓN DE ALUMNOS CON MATERIAS PENDIENTES DE OTROS CURSOS.

Será responsable de la evaluación de alumnos con materias pendientes de nuestro departamento **el profesor que haya impartido el módulo el curso pasado**, que suele coincidir con **el profesor que imparte el módulo en el presente curso**.

Para ver la recuperación planificada del alumnado de segundo con materias de primero pendientes véase la programación del módulo pertinente.

Se hace referencia al alumnado pendiente en el punto 1 del proyecto curricular (componentes y reparto de módulos).

Cuando no repita el profesor el mismo módulo profesional y por tanto el alumno con materia pendiente deba cambiar de profesor, se intentará como recomendación que el alumno mantenga aprobado lo que ya aprobó el curso anterior. Centrándose por tanto, en recuperar los contenidos pendientes. El profesor titular del módulo deberá decidir si quiere recuperar esos contenidos con pruebas objetivas o con actividades.

En el caso de que el alumno deba repetir curso y por tanto volver a cursar de nuevo el módulo profesional, tendrá que volver a estudiar todos los contenidos de este módulo.

REFERENCIA AL PROFESORADO DE ALUMNOS CON MÓDULOS PENDIENTES

En relación a los estudiantes de segundo curso del ciclo de Actividades Comerciales con módulos pendientes, en la mayoría de los casos el profesor responsable es el mismo que impartió el módulo el curso pasado. Lo ideal es que el profesorado de módulos con alumnos pendientes no cambie.

Los profesores que imparten módulos con alumnos pendientes deberán hacer una referencia en su programación de módulos a la forma de cursar el módulo por parte de los estudiantes de segundo que deben aprobar su módulo de primero de una forma no presencial.

Este curso hay 1 alumno con módulos pendientes:

- Ismael Guerrero; tiene pendiente el módulo de Marketing en la actividad comercial.

Hay un alumno, Alberto Martín Corchado, repitiendo el curso de primero con 3 módulos: gestión de compras, marketing en la actividad comercial e inglés profesional.

10.- ACTUACIONES RELACIONADAS CON PLANES Y PROYECTOS DE CENTRO; EMPRENDIMIENTO, LECTURA, ESCRITURA Y MATEMÁTICAS

En este punto se hace referencia a los tres más significativos para nuestro departamento, que son: programa de cultura emprendedora que lidera nuestra compañera de economía Cristina López, el plan de fomento de la lectura, y los acuerdos para mejorar la expresión escrita y la competencia matemática. Estos planes y proyectos son especialmente trabajados por todos los miembros en la medida de nuestras posibilidades.

PROGRAMA DE CULTURA EMPRENDEDORA

En este centro educativo llevamos varios cursos escolares fomentando el emprendimiento y

Programación didáctica Comercio y Marketing

participando en las propuestas hechas por la Consejería de Educación y Empleo, de la Junta de Extremadura.

En nuestro centro, en este programa se realizan actuaciones generales que implican a toda la comunidad educativa como son: talleres y venta de Comercio Justo, taller de reciclaje, mercadillo solidario, exposiciones o charla de la agencia tributaria.

Todas las actuaciones realizadas en este programa serán reseñadas en el sitio:

<https://sites.google.com/iesfdezsanana.com/emprende-desde-los-santos/inicio>

Además, serán publicadas en la revista educativa, Achoo digital y también en las redes sociales del centro educativo.

ACUERDOS PARA EL DESARROLLO EN LA COMPETENCIA DE COMUNICACIÓN LINGÜÍSTICA

Se establece el **Plan de Fomento de la Lectura**. Que contempla los siguientes acuerdos:

Se recomendarán lecturas interesantes relacionadas con aspectos de los diferentes módulos o/y con la formación integral de la persona. Se pretende que como mínimo cada alumno lea **dos libros al año**. Se deja a la libertad de los profesores según el momento (se imparten demasiados módulos nuevos para tener claro la lectura a recomendar). A final de curso se reflejarán en la memoria del departamento.

La **evaluación de la lectura** se integrará dentro del proceso de enseñanza aprendizaje y deberá contar en los criterios de calificación. Si no se dice nada en las respectivas programaciones el alumno lector podrá ser premiado con hasta una subida de 1 punto en su calificación final.

Se comprarán algunos ejemplares de estos libros para su compra y disposición para el préstamo en la biblioteca del centro.

Estos libros serán facilitados a los alumnos en calidad de préstamo durante el tiempo necesario para su lectura.

Para mejorar la **comprensión lectora**, no solo de los textos propuestos en el plan de lectura, sino de las lecciones o unidades de trabajo de cada módulo, los profesores dedicarán suficiente tiempo a:

Leer detenidamente los textos.

Hacer a los alumnos preguntas dirigidas hacia la comprensión de textos.

Analizar el vocabulario.

Hacer resúmenes, esquemas y mapas conceptuales.

Extraer la idea principal.

Para mejorar la **comprensión y la expresión oral**, los miembros de este departamento harán a los alumnos:

Leer en voz alta. Antes los propios profesores lo harán también, para servir de modelo y referente a los alumnos.

Exponer oralmente trabajos, temas, o presentaciones de venta.

Programación didáctica Comercio y Marketing

Se adopta como **criterio de evaluación por parte de todos los departamentos didácticos** del Centro, la corrección en el uso del idioma, ya sea añadiendo puntuación cuando el texto escrito (ejercicio, examen, trabajo, etc.) destaque por su correcta presentación, corrección ortográfica y redacción, o disminuyendo la calificación cuando ocurra lo contrario. Para concretar esto, se sugiere la siguiente tabla:

1.- Presentación de los escritos

Valorar la presentación de los escritos (limpieza, márgenes, uso de folio blanco, caligrafía, etc.)

En el caso de trabajos de cierta extensión valorar también la organización y distribución de los contenidos y otros aspectos como portada, índice, notas al pie, referencias bibliográficas, etc.

2.- Corrección ortográfica

Deberá descontarse de la calificación global entre 0,25 y 0,5 puntos, dependiendo del nivel educativo.

Debe ser igualmente valorado el correcto uso del idioma y para ello se tendrán en cuenta los siguientes apartados:

2.1.- Faltas de ortografía.

No debe tener la misma consideración una falta ortográfica que cualquier “lapsus” fácilmente detectable o comprensible (*por ejemplo, si el alumno escribe correctamente una palabra en varias ocasiones y comete un error con esa misma palabra en el desarrollo del ejercicio*).

Se considera también falta el incorrecto uso de mayúsculas.

Descontar 0,5

Por cada 6 faltas en primer ciclo.

Por cada 4 faltas en Segundo Ciclo

Por cada 2 faltas en Bto.

Se considera que una falta es única pese a que se reitere el mismo error.

Si el número de faltas no llegara a la cifra establecida profesor descontará nota en la correspondiente proporción.

Descontar entre 0,25 y 0,5 puntos, dependiendo del nivel educativo,

Descontar entre 0,25 y 0,75 punto, dependiendo del nivel educativo.

Deberá disminuirse calificación cuando se aprecien incoherencias, mal uso de las preposiciones y conjunciones, la escasez de léxico o la repetición constante de una misma expresión.

2.2.- Acentuación

Igualmente, debe valorarse la corrección en el uso de los acentos y descontar nota cuando se aprecien abundantes incorrecciones y, sobre todo, la carencia sistemática de acentos. 2.3.-

Puntuación

Los continuos errores en el uso de la puntuación deben reflejarse en la calificación del ejercicio: ausencia de puntos, carencia de comas, separación incorrecta de sujeto y verbo.

3.- Redacción

Para favorecer la expresión escrita del alumnado se recomienda proponer actividades de resumen de textos y valorar que el resumen recoja las ideas esenciales y que no sea una simple recolección de frases calcadas del texto. Los departamentos didácticos, en la medida de lo posible, plantearán actividades, ejercicios o exámenes que obliguen al alumno a elaborar textos escritos de cierta extensión.

ACUERDOS GENERALES PARA EL DESARROLLO DE LA COMPETENCIA MATEMÁTICA

Se potenciará el cálculo matemático con destreza (rápido y sin errores) en los diferentes módulos que contienen la realización de problemas numéricos.

El cálculo matemático es importante en la resolución de muchos de los problemas de nuestros módulos. El alumnado que suele tener falta de base tiene más dificultades para despejar, calcular porcentajes, hacer reglas de tres, etc. Además de ayudar al alumn@ repasando conceptos básicos se le ayudará a saber usar la calculadora y también a elaborar hojas de cálculo que faciliten la realización de cálculos en el ordenador.

11.- MATERIALES Y RECURSOS.

Nuestro departamento cuenta con los siguientes espacios:

2 aulas para el ciclo de grado medio de Actividades Comerciales.

2 aulas para el ciclo básico de Servicios Comerciales.

1 aula polivalente que se utiliza como taller y espacio de emprendimiento.

De las dos aulas del ciclo de grado medio, una cuenta con 12 ordenadores fijos y 5 portátiles, para el otro aula tenemos 7 portátiles.

El aula de 2º de servicios comerciales cuenta con 4 equipos fijos. Este aula dispone también de un mueble con 10 portátiles aunque muchos de ellos no tienen batería.

Se han solicitado **claves de office** a través del informático del centro.

Se cuenta con el aula polivalente (taller) para las prácticas de escaparatismo y merchandising. En dicha aula está el Terminal Punto de Venta. Se usará más el aula taller en los módulos más relacionados con la misma. También se usará dicho aula al haber sido mejorada y preparada para ser utilizada como aula de emprendimiento, dentro del programa liderado por Mila Miralles en nuestro centro.

DISTRIBUCIÓN DE EQUIPOS INFORMÁTICOS POR AULA

AULA	PUESTOS FIJOS	PORTÁTILES
AULA 1º ACTIVIDADES COMERCIALES	12 ordenadores fijos	5 portátiles
AULA 2º ACTIVIDADES COMERCIALES		12 portátiles
AULA 1º GRADO BÁSICO		
AULA 2º GRADO BÁSICO	4 ordenadores fijos	10 portátiles

12.- PROTOCOLO DE INFORMACIÓN AL ALUMNADO: LAS HOJAS INFORMATIVAS

Programación didáctica Comercio y Marketing

Cada profesor de un módulo informará a sus alumnos del contenido del mismo, los criterios de calificación y asuntos que considere de interés.

Esto se hará a principios de curso. Para facilitar esta tarea se resumirá lo más importante de lo programado en cada módulo en un documento de menor extensión y más fácil comprensión por el alumnado, de menor extensión que la programación. Este resumen de la programación de cada módulo será denominado “Hoja informativa”.

Todas las “hojas informativas” correspondientes a los módulos de nuestro departamento serán colgadas en la web del centro.

13.- EVALUACIÓN DE LA PRÁCTICA DOCENTE

Cada profesor en su programación añade una hoja de autoevaluación de la práctica docente en la que debe valorar los resultados de su metodología.

En las reuniones de departamento se harán revisiones para poder adaptarse a las necesidades del alumnado y poder por tanto, ser más eficaces en la transmisión de conocimientos.

Se hace importante esta evaluación ya que las características de los grupos de alumnos suelen variar de un curso a otro, esto hace que lo que funciona en un grupo, a veces no funciona con otro. Por eso es bueno revisar y adaptar lo que sea necesario.

14.- ACTIVIDADES EXTRAESCOLARES Y COMPLEMENTARIAS

En la medida de lo posible se realizará alguna actividad con todos los alumnos del departamento.(1º y 2º del ciclo formativo de grado medio y 1º y 2º de grado básico)

1 ACTIVIDAD: Hackathon en Fundación Maimona sobre emprendimiento

Fecha:

Coordinadora: Mila Miralles Grau

Grupos: Algunos alumnos de 1º y 2ºGM Comercio más de 1ºBachillerato sociales, más 1 alumna de GS Higiene Bucal

2 ACTIVIDAD: Exploración Virtual del Mundo conectado. **GAFAS DE REALIDAD VIRTUAL**

Fecha:

Coordinadora: Milagros Miralles Grau

Grupo: 2º de Grado Medio y Básico

3 ACTIVIDAD: Visita a Lidl Aliment Zafra y Cristian Lay

Fecha: No es fija (noviembre)

Coordinadora: Yolanda Quintero Gordillo

Grupo: 1º y 2º de Grado Básico y 1º y 2º de Grado medio

4 ACTIVIDAD: Visita a Badajoz, “Ponencia digital”

Fecha:

Coordinadora: María Lourdes Consigna

Programación didáctica Comercio y Marketing

Grupo: 1º y 2º de Actividades Comerciales y 2º grado básico

Objetivos: Conocer técnicas de marketing digital

5 ACTIVIDAD: Hackathon en Mérida sobre emprendimiento

Fecha:

Coordinadora: Mila Miralles Grau

Grupos: Los premiados de la actividad 1 más Algunos alumnos de 1º y 2º GM Comercio más de 1º Bachillerato sociales, más 1 alumna de GS Higiene Bucal

6 ACTIVIDAD: Visita a la feria de empleo de Badajoz

Fecha:

Coordinadora: Mila Miralles Grau

Grupos: 1º y 2º Grado medio y/o 1º y 2º Grado básico junto 2º GM Farmacia y 2º GS Higiene Bucal

7 ACTIVIDAD: Puesto de **mercadillo solidario** en el centro

Fecha: Diciembre

Coordinador: Manuel Mata Ramos

Grupos: 2º de Grado básico

8 ACTIVIDAD : Visita a una empresa comercial en Sevilla.

Fecha: 2ª evaluación

Coordinador: Manuel Mata Ramos

Grupos: 1º y 2º Grado medio y 1º y 2º de Grado básico.

Objetivos:

- Identificar los efectos psicológicos del merchandising en el cliente.
- Reconocer el merchandising dirigido a provocar la compra por impulso y las compras racionales así como las técnicas dirigidas a maximizar el rendimiento del espacio destinado a -Colocación de productos o lineal.
- Identificar las zonas frías y causas de su origen para establecer líneas de actuación.
- Identificar los criterios comerciales que optimizan los facing de los artículos de cada sección.
- Distinguir las distintas técnicas de comunicación en el punto de venta: Carteles, mobiliario, música y publicidad.

9 ACTIVIDAD: Charlas o conferencias por parte de los profesionales del sector comercial.

(experiencia profesional de un empresario real, charla de una experta en marketing digital..)

Fecha: En cualquier momento del curso.

Coordinadora: Mila Miralles Grau

Programación didáctica Comercio y Marketing

10 ACTIVIDAD: Comercio justo

Fecha: Semana del centro

Coordinadora: Mila Miralles Grau

Grupos: 1º y 2º Grado medio y 1º y 2º Grado básico.

11 ACTIVIDAD: Actividades realizadas dentro del programa de emprendimiento.

Fecha: 1ª evaluación

Coordinadora: Mila Miralles Grau

Grupos: 1º y 2º Grado medio y 1º y 2º Grado básico

12 ACTIVIDAD: Tertulias en Radioedu (la radio del centro), organizar tertulias sobre temas de interés de los jóvenes con el alumnado de grado básico.

Fecha: Todo el curso

Coordinador: Manuel Mata Ramos

Grupos: 1º y 2º Grado básico y 1º y 2º Grado medio.

13 ACTIVIDAD: EDUCACIÓN. CÍVICO TRIBUTARIA

Fecha: 2º Evaluación

Coordinadora: Mila Miralles Grau

Grupos: 1º y 2º Grado medio

14 ACTIVIDAD: CHARLA ED. FINANCIERA y/o TALLERES FUNDACIÓN MAPFRE

Fecha: 2º Evaluación

Coordinadora: Mila Miralles Grau

Grupos: 1º y 2º Grado medio

15 ACTIVIDAD: CHARLAS ECONOMÍA CIRCULAR

Fecha: 2º o 3º Evaluación

Coordinadora: Mila Miralles Grau

Grupos: 1º y 2º Grado medio

Estas son las actividades previstas en el mes de octubre de 2025. A lo largo del curso surgen iniciativas que son interesantes y que alteran o modifican las fechas de las mismas.

Sobre los **objetivos de la actividad**, son detallados por el coordinador de la misma en la plataforma Rayuela.

Normalmente proponemos al alumnado de la familia profesional de comercio la realización de dos viajes, una en la primera evaluación a Badajoz y otro en la segunda a Sevilla. Es importante que todos los alumnos que estén en posibilidad de ir vayan ya que esto afecta al coste de transporte. Por ello se incentiva la participación.

Para poder participar en las actividades es necesario que los alumnos traigan firmada la autorización tanto por padre como por madre, para que estas sean válidas.

Programación didáctica Comercio y Marketing

Cumpliendo con la normativa del centro, aquellos alumnos que tengan parte grave no podrán participar en la actividad salvo en circunstancias excepcionales, donde el equipo docente pueda valorar el efecto positivo de participar. Siempre se tendrá en cuenta en estos casos lo que pueda ser mejor para el alumno y le ayude a continuar sus estudios.

15.- PLAN MARCO DUAL

De acuerdo con lo dispuesto en la ley orgánica 3/2022 toda la F.P es dual desde el curso 2024/2025. Por tanto nuestros dos ciclos formativos; grado medio y grado básico pasan a ser automáticamente duales. Para el desarrollo de la formación dual en nuestros grados vamos a basarnos en la siguiente normativa:

Ley Orgánica 3/2022, de 31 de marzo, de ordenación e integración de la Formación Profesional.

Real Decreto 1529/2012, de 8 de noviembre, por el que se desarrolla el contrato para la formación y el aprendizaje y se establecen las bases de la formación profesional dual.

Instrucción número 27/2024, de 25 de octubre de 2024, de la dirección general de formación profesional, innovación e inclusión educativa, por la que se dictan normas para la fase de formación en empresa u organismo equiparado, para su aplicación en los centros docentes que imparten formación profesional en el sistema educativo en régimen presencial durante el curso académico 2024-2025.

Régimen

La opción dual que vamos a seguir **es el régimen general** para los dos ciclos. Lo cual deja un 20% de horas duales para grado básico y un 25% de horas duales para el grado medio.

Se van a dualizar todos los módulos profesionales.

Calendario DUAL

Hay que tener en cuenta que en el grado básico sólo se pueden dualizar los ámbitos profesionales y el alumnado debe tener cumplidos los 16 años para poder hacer la formación DUAL en la empresa.

Para este primer curso de grado medio, vamos a establecer un total de 120 horas duales, de las cuales 12 van a ser formativas en el instituto y 108 horas de estancia en la empresa. La fecha prevista para la estancia en la empresa será del **2 al 27 de Febrero de 2026**, de lunes a viernes 6 horas al día.

El curso de 2º de grado medio llevará a cabo 380 horas de formación, de las cuáles 346 horas se realizarán en la empresa y 34 horas serán formativas en el centro. El periodo de FEOE será **del 16 de marzo al 12 de junio de 2026**, teniendo como referencia **el calendario escolar** y 6 horas al día.

Para el 1º Grado básico, vamos a establecer 168 horas, todas ellas serán de estancia en empresa. Sobre la fecha para la realización de las mismas vamos a establecer dos periodos. Un primer periodo comprenderá los **lunes y viernes lectivos a partir del 13 de abril de 2026 hasta el 11 de**

Programación didáctica Comercio y Marketing

mayo, realizando un total de 48 horas y otro periodo comprenderá 120 horas **desde el 18 de mayo hasta el 12 de junio**, yendo en esta ocasión todos los días de la semana. La jornada diaria será de 6 horas con carácter general.

Para el curso de 2º Grado básico, vamos a establecer un total de 250 horas a repartir en dos periodos. Un primer periodo comprenderá los lunes y viernes lectivos **desde el 20 de febrero hasta el 11 de mayo**, realizando en este periodo 120 horas y otro periodo del **18 de mayo al 12 de junio** donde realizarán 120 horas e irán todos los días de la semana a la empresa. La jornada diaria será de 6 horas con carácter general.

CURSOS	FECHAS 1 PERÍODO	FECHAS 2 PERÍODO	horas/día	Formación en el centro (horas)	horas totales
1º GRADO BÁSICO	13 de abril al 11 de mayo (lunes y viernes van a FEOE)	18 de mayo a 12 de junio (todos los días)	6		168
2º GRADO BÁSICO	20 de febrero al 11 de mayo(lunes y viernes van a FEOE)	18 de mayo a 12 de junio (todos los días)	6	10	250
1º GRADO MEDIO	2 de febrero al 27 de febrero		6	12	120
2º GRADO MEDIO	16 de marzo al 12 de junio		6	34	380

Resultados de aprendizajes y criterios duales

Vamos a tratar de sintetizar en una tabla, los módulos profesionales que se dualizan, que son todos, los resultados de aprendizaje, criterios de evaluación y las horas de manera que cumplamos con los requisitos de la normativa:

MÓDULO PROFESIONAL	RESULTADO DE APRENDIZAJE	% DUAL EN EMPRESA	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	HORAS (2 FEBRERO/ 27 FEBRERO)
MÓDULOS DE PRIMER CURSO				
DINAMIZACIÓN DEL PUNTO DE VENTA	RA 2	10 %	a) Se han delimitado las dimensiones del surtido de productos. b) Se ha establecido el número de referencias según características de los	24

			<p>productos, espacio disponible y tipo de lineal.</p> <p>c) Se han realizado simulaciones de rotación de los productos en los lineales de un establecimiento comercial.</p> <p>d) Se han analizado los efectos que producen en el consumidor los diferentes modos de ubicación de productos en lineales.</p> <p>e) Se han clasificado los productos en familias, observando la normativa vigente.</p> <p>f) Se han identificado los parámetros físicos y comerciales que determinan la colocación de los productos en los distintos niveles, zonas del lineal y posición.</p> <p>g) Se han interpretado planogramas de implantación y reposición de productos en el lineal.</p> <p>h) Se ha realizado la distribución y colocación de los productos en el lineal, aplicando técnicas de merchandising.</p>	
MARKETING EN LA ACTIVIDAD COMERCIAL	R.A 4 Definir las políticas aplicables al producto o servicio, adecuándolo a las necesidades y perfil de los clientes y a las tendencias del mercado.	50%	<p>a) Se han identificado los atributos del producto o servicio, según su naturaleza, su utilidad y las necesidades que puede satisfacer, los motivos de compra y la percepción de valor del consumidor.</p> <p>b) Se ha elaborado una base de datos de los productos, líneas, familias y referencias de los productos/servicios que comercializa la empresa, incorporando a la misma la información relevante de cada producto.</p> <p>f) Se han definido estrategias comerciales en política de producto, teniendo en cuenta las características del producto, el ciclo de vida y el perfil de los clientes a los que va dirigido.</p> <p>g) Se han elaborado informes sobre productos, servicios o líneas de productos, utilizando la aplicación informática adecuada.</p>	18

	R.A 5 Determinar el método de fijación del precio de venta del producto/servicio, teniendo en cuenta los costes, el margen comercial, los precios de la competencia, la percepción del valor del cliente y otros factores que influyen en el precio	25%	<p>a) Se han identificado los factores que influyen en el precio de venta de un producto, considerando costes de fabricación y distribución, comisiones, márgenes, ciclo de vida, precios de la competencia y tipo de clientes, entre otros.</p> <p>h) Se han definido estrategias en política de precios teniendo en cuenta los costes, el ciclo de vida del producto, los precios de la competencia, los motivos de compra y la percepción de valor de los clientes.</p>	
APLICACIONES INFORMÁTICAS PARA EL COMERCIO	R.A 5 Realiza cálculos matemáticos con hoja de cálculo y tratamiento de datos con gestores de bases de datos, utilizando programas para la automatización de las actividades comerciales.	25%	<p>a) Se han realizado cálculos matemáticos en diversas áreas de la empresa como administración, finanzas y producción, entre otras.</p> <p>b) Se han definido las fórmulas para automatizar la confección de diversos documentos administrativos, tales como albaranes y facturas, entre otros.</p> <p>c) Se han utilizado funciones matemáticas para calcular ingresos, costes, y resultados económico-financieros.</p> <p>h) Se han elaborado informes personalizados de los registros de la base de datos para imprimirllos.</p>	20
PROCESOS DE VENTA	R.A 6 Gestiona la documentación comercial y de pago/cobro de las operaciones de compraventa, cumplimentando los documentos necesarios.	10%	<p>a) Se ha gestionado la documentación comercial de diferentes operaciones de venta, desde la recepción del pedido hasta el envío y recepción por parte del cliente.</p> <p>b) Se ha establecido el modo de formalizar el pedido por parte del cliente, en ventas a distancia (por catálogo, televenta, teléfono móvil e Internet, entre otros)</p> <p>c) Se han identificado las distintas formas de pago, analizando el procedimiento y la documentación necesaria en cada caso.</p> <p>d) Se han diferenciado los medios de pago al contado de los aplazados.</p> <p>e) Se han comparado los medios y formas de pago, analizando las ventajas y</p>	20

			desventajas en términos de coste, seguridad y facilidad de uso.	
DIGITALIZACIÓN APLICADA A LOS SECTORES PRODUCTIVOS	R.A 2 Caracteriza los principales aspectos de la 4a Revolución Industrial indicando los cambios y las ventajas que se producen tanto desde el punto de vista de los clientes como de las empresas. TAREA: Identificar las ventajas para clientes y para la empresa donde realiza la formación dual.	10%	f) Se han identificado las ventajas para clientes y empresas.	1
	R.A. 3. Identifica la estructura de los sistemas basados en cloud/nube describiendo su tipología y campo de aplicación.	10%	a) Se han identificado los diferentes niveles de la cloud/nube. b) Se han identificado las principales funciones de la cloud/nube (procesamiento de datos, intercambio de información, ejecución de aplicaciones, entre otros). e) Se han identificado las ventajas que proporciona la utilización de la cloud/nube en los sistemas conectados	3
GESTIÓN DE COMPRAS	R.A 4 Gestiona y controla el proceso de recepción de pedidos, verificándolos de acuerdo con los criterios comerciales establecidos con los proveedores, distribuidores comerciales o centrales de compra.	50%	a) Se ha comprobado la correspondencia entre el pedido realizado y la mercancía recibida en cuanto a cantidad, plazo de entrega, calidad y precio. b) Se han identificado las posibles incidencias en la recepción del pedido. d) Se han determinado las herramientas o utensilios necesarios en cada caso para el desembalaje de las mercaderías, previniendo daños o roturas. e) Se han identificado las medidas necesarias que deben tomarse durante el desembalaje de las mercaderías para respetar la normativa vigente de carácter medioambiental.	4
	R.A 6: Realiza la gestión de compraventa de un	43,7%	a) Se ha instalado el software adecuado en el terminal punto de venta para gestionar las operaciones comerciales de un pequeño establecimiento.	7

Programación didáctica Comercio y Marketing

	establecimiento comercial, utilizando el terminal punto de venta (TPV)		c) Se han dado de alta almacenes, proveedores, artículos y clientes entre otros, introduciendo los datos requeridos en cada caso. d) Se han configurado los periféricos del terminal punto de venta, disponiéndolos de forma ergonómica en el puesto de trabajo. g) Se han realizado tareas de cobro de mercaderías a través del terminal punto de venta.	
--	--	--	---	--

MÓDULOS DE SEGUNDO CURSO

MÓDULO PROFESIONAL	RESULTADO DE APRENDIZAJE	% DUAL EN EMPRESA	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	HORAS (16 MARZO/ 12 JUNIO)
Técnicas de almacén	R.A 2: Aplica técnicas de recepción y disposición de mercancías en el almacén, controlando los tiempos de manipulación y las condiciones de almacenamiento en función de las características de la mercancía.	75%	a) Se ha organizado la descarga de las mercancías de los vehículos, asignándole el muelle correspondiente del almacén. b) Se ha verificado la correspondencia entre la mercancía descargada y la documentación que la acompaña. c) Se han investigado las causas por las cuales se ha devuelto mercancía al almacén. d) Se han identificado las instrucciones de descarga y manipulación que contienen las fichas de cada mercancía, de forma que se asegure su integridad y trazabilidad. e) Se han calculado los tiempos de manipulación de las mercancías, optimizando las operaciones y cumpliendo con la normativa de seguridad y prevención de riesgos laborales. f) Se ha organizado la desconsolidación de la carga y el desembale de las mercancías. g) Se ha asignado la ubicación adecuada a la mercancía recepcionada, teniendo en cuenta sus características de caducidad y rotación, entre otras.	12
	R.A 4: Aplica técnicas de gestión de stocks de mercancías en el	60%	a) Se han calculado los parámetros de gestión y control de inventarios utilizados habitualmente en el almacén.	20

	almacén, analizando parámetros de control y realizando inventarios.		<p>b) Se han establecido criterios de cuantificación de las variables que detecten las desviaciones y roturas de stock.</p> <p>c) Se han establecido sistemas de control de inventarios realizados por medios convencionales o informáticos.</p> <p>d) Se han establecido normas o protocolos de funcionamiento de almacén que regularicen las diferencias encontradas, en su caso, en la realización de inventarios.</p> <p>e) Se han identificado las causas por las que pueden existir descuadres entre el stock físico y el contable.</p>	
	R.A 6: Maneja aplicaciones informáticas de gestión y organización de almacenes que mejoren el sistema de calidad.	92%	<p>a) Se han determinado las principales tareas del almacén que pueden ser gestionadas de forma eficiente mediante aplicaciones informáticas.</p> <p>b) Se han determinado cuáles son las aplicaciones informáticas existentes en el mercado que pueden gestionar las tareas del almacén.</p> <p>c) Se han utilizado aplicaciones informáticas adecuadas para realizar la gestión comercial del almacén.</p> <p>d) Se han utilizado simuladores adecuados para la optimización de cargas, paletización, embalajes y medios de transporte.</p> <p>e) Se han determinado soluciones logísticas para la automatización y la eficiencia de las tareas del almacén.</p> <p>f) Se han utilizado aplicaciones informáticas para la mejora continua del sistema de calidad de la empresa.</p>	13
Sostenibilidad aplicada al sistema productivo	6. Analiza un plan de sostenibilidad de una empresa del sector, identificando sus grupos de interés, los aspectos ASG materiales y justificando acciones para su gestión y medición.	100%	<p>a) Se han identificado los principales grupos de interés de la empresa.</p> <p>b) Se han analizado los aspectos ASG materiales, las expectativas de los grupos de interés y la importancia de los aspectos ASG en relación con los objetivos empresariales.</p> <p>c) Se han definido acciones encaminadas a minimizar los impactos negativos y aprovechar las</p>	12

			<p>oportunidades que plantean los principales aspectos ASG identificados.</p> <p>d) Se han determinado las métricas de evaluación del desempeño de la empresa de acuerdo con los estándares de sostenibilidad más ampliamente utilizados.</p> <p>e) Se ha elaborado un informe de sostenibilidad con el plan y los indicadores propuestos.</p>	
Servicios de atención comercial	R.A 5 Realiza trámites y quejas de reclamaciones del cliente/consumidor, aplicando técnicas de comunicación y negociación para su resolución	50%	<p>a) Se han identificado los tipos de consultas, quejas, reclamaciones y denuncias más habituales en materia de consumo.</p> <p>b) Se ha descrito el procedimiento que hay que seguir, así como las fases, la forma y los plazos del proceso de tramitación de las reclamaciones del cliente.</p> <p>c) Se ha informado al cliente de sus derechos y los posibles mecanismos de solución de la reclamación, de acuerdo con la normativa vigente.</p> <p>d) Se ha cumplimentado la documentación necesaria para cursar la reclamación hacia el departamento u organismo competente.</p> <p>e) Se han aplicado técnicas de comunicación en la atención de las quejas y reclamaciones, utilizando la escucha activa, la empatía y la asertividad.</p>	18
	R.A 6 Colabora en la ejecución del plan de calidad y mejora del servicio de atención al cliente, aplicando técnicas de evaluación y control de la eficacia del servicio.	50%	<p>a) Se han identificado los métodos aplicables para evaluar la eficacia del servicio de atención/información al cliente.</p> <p>b) Se ha realizado el seguimiento del proceso de tramitación de las quejas y reclamaciones, evaluando la forma y los plazos de resolución.</p> <p>c) Se han identificado las principales incidencias y retrasos en el servicio de atención al cliente y en la resolución de quejas y reclamaciones.</p> <p>d) Se han descrito las principales medidas aplicables para solucionar las anomalías</p>	17

			<p>detectadas y mejorar la calidad del servicio.</p> <p>e) Se han aplicado técnicas para medir el nivel de satisfacción del cliente y la eficacia del servicio prestado.</p>	
Gestión de un pequeño comercio	R.A.8. Elabora un plan para la implantación de un servicio de calidad y proximidad con atención personalizada al cliente, potenciando la singularidad y la competitividad del comercio.	100%	<p>a) Se han adaptado las características de la tienda a los sistemas normalizados de calidad y a los códigos de buenas prácticas, aplicables al pequeño comercio, de carácter europeo, nacional, autonómico y local.</p> <p>b) Se han definido las pautas de atención al cliente, aplicando criterios de calidad, cortesía y trato personalizado, de acuerdo con lo establecido en la norma UNE 175001-1 (calidad de servicio para el pequeño comercio) y otras normas.</p> <p>c) Se han establecido los servicios adicionales a la venta propios del servicio de proximidad (envío a domicilio y servicios postventa), según características de la tienda, demandas de clientes y usos del sector, valorando su coste y efectividad.</p> <p>d) Se han fijado los horarios y calendario de apertura de la tienda, los períodos de rebajas y promociones y otros aspectos de funcionamiento, respetando la normativa local vigente y los usos y costumbres del comercio al por menor.</p> <p>e) Se ha diseñado un sistema actualizado de información y precios de los productos, accesible al consumidor, garantizando la correspondencia entre los precios marcados en las etiquetas y los registrados en la aplicación del TPV.</p> <p>f) Se ha fijado el procedimiento de gestión de incidencias, quejas y reclamaciones que</p>	65 horas

			<p>garantice un servicio de calidad y el cumplimiento de la normativa de protección del consumidor.</p> <p>g) Se ha establecido el procedimiento para comprobar el mantenimiento de las instalaciones y la funcionalidad del surtido de productos expuestos, aplicando criterios comerciales y de seguridad en materia de prevención de riesgos.</p> <p>h) Se han mantenido actualizadas las bases de datos de clientes, garantizando su confidencialidad y respeto de la normativa de protección de datos.</p>	
Proyecto intermodular	R.A. 1. Caracteriza las empresas del sector atendiendo a su organización y al tipo de producto o servicio que ofrecen.	30%	<p>a) Se han identificado las empresas tipo más representativas del sector.</p> <p>b) Se ha descrito la estructura organizativa de las empresas.</p> <p>c) Se han caracterizado los principales departamentos.</p> <p>d) Se han determinado las funciones de cada departamento.</p> <p>i) Se han relacionado los productos o servicios con su posible contribución a los ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible).</p>	6
	R.A. 2. Plantea soluciones a las necesidades del sector teniendo en cuenta la viabilidad de las mismas, los costes asociados y elaborando un pequeño proyecto.	30%	<p>a) Se han identificado las necesidades.</p> <p>b) Se han planteado en grupo posibles soluciones.</p> <p>c) Se ha obtenido la información relativa a las soluciones planteadas.</p> <p>d) Se han identificado aspectos innovadores que puedan ser de aplicación.</p> <p>e) Se ha realizado el estudio de viabilidad técnica.</p> <p>f) Se han identificado las partes que componen el proyecto.</p> <p>g) Se han previsto los recursos materiales y humanos para realizarlo.</p>	6
Optativa	RA 2,3,4 (UNIDAD 8)	10%	TODOS	18
	RA 3,4 (UNIDAD 10)	10%	TODOS	19

Programación didáctica Comercio y Marketing

--	--	--	--	--

Hay que tener en cuenta que sólo estoy registrando los módulos del primer curso. Siempre se cumplirá con los mínimos dispuestos del 25% de horas duales y entre el 10% y el 20% de R.A del ciclo.

Para el grado básico voy a preparar la siguiente tabla con el mismo fin:

MÓDULO PROFESIONAL	RESULTADO DE APRENDIZAJE	% DUAL EN EMPRESA	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	HORAS (13 ABRIL/11 MAYO LUNES Y VIERNES / 18 MAYO 12 JUNIO TODOS LOS DÍAS)
MÓDULOS DE PRIMER CURSO				
TÉCNICAS BÁSICAS DE MERCHANDISING	R.A 3 Coloca etiquetas y dispositivos de seguridad valorando la relevancia del	10%	a) Se han identificado distintos tipos de dispositivos de seguridad que se utilizan en el punto de venta. b) Se ha descrito el funcionamiento de dispositivos de seguridad en el punto de venta. c) Se han descrito los procesos de asignación de códigos a los distintos productos. g) Se han etiquetado productos manualmente y utilizando herramientas específicas de etiquetado y siguiendo criterios de "merchandising". h) Se han colocado dispositivos de seguridad utilizando los sistemas de protección pertinentes.	48 HORAS
PREPARACIÓN DE PEDIDOS Y SEGUIMIENTO DE PRODUCTOS	R.A 1 Asesora sobre las características de los productos solicitados y seleccionando las mercancías requeridas de acuerdo con las instrucciones establecidas.	5%	a) Se han identificado las fases del proceso de atención a clientes y preparación de pedidos en comercios, grandes superficies, almacenes y empresas o departamentos de logística. b) Se han aplicado técnicas de	20

		<p>comunicación adecuadas al público objetivo del punto de venta, adaptando la actitud y discurso a la situación de la que se parte, obteniendo la información necesaria del posible cliente.</p> <p>c) Se han dado respuestas a preguntas de fácil solución, utilizando el léxico comercial adecuado.</p> <p>d) Se ha mantenido una actitud conciliadora y sensible con los demás, demostrando cordialidad y amabilidad en el trato, transmitiendo la información con claridad, de manera ordenada, estructurada y precisa.</p> <p>e) Se ha informado al posible cliente de las características de los productos, especialmente de las calidades esperables, formas de uso y consumo, argumentando sobre sus ventajas y comunicando el periodo de garantía.</p> <p>f) Se han relacionado las operaciones de cobro y devolución con la documentación de las posibles transacciones.</p>	
R.A 4 Realiza el seguimiento del servicio postventa identificando las situaciones posibles y aplicando los protocolos correspondientes.	5%	<p>a) Se han descrito las funciones del servicio postventa.</p> <p>b) Se han identificado los procedimientos para tratar las reclamaciones y los documentos asociados (formularios de reclamaciones, hojas de reclamaciones, cartas, entre otros)</p> <p>c) Se han reconocido los aspectos principales en los que incide la legislación vigente, en relación con las reclamaciones.</p>	40

			<p>d) Se han ofrecido alternativas al cliente ante reclamaciones fácilmente subsanables, exponiendo claramente los tiempos y condiciones de las operaciones a realizar, así como del nivel de probabilidad de modificación esperable.</p> <p>e) Se ha suministrado la información y la documentación necesaria al cliente para la presentación de una reclamación escrita, si éste fuera el caso.</p> <p>f) Se han recogido los formularios presentados por el cliente para la realización de una reclamación, clasificándolos y transmitiendo su información al responsable de su tratamiento.</p>	
APLICACIONES BÁSICAS DE OFIMÁTICA	R.A 4 Elabora presentaciones gráficas utilizando aplicaciones informáticas.	80%	<p>c) Se han aplicado y reconocido las distintas tipografías y normas básicas de composición, diseño y utilización del color.</p> <p>d) Se han creado presentaciones sencillas incorporando texto, gráficos, objetos y archivos multimedia.</p> <p>e) Se han diseñado plantillas de presentaciones.</p> <p>f) Se han utilizado periféricos para ejecutar presentaciones asegurando el correcto funcionamiento.</p>	40
MÓDULO PROFESIONAL	RESULTADO DE APRENDIZAJE	% DUAL EN EMPRESA	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	HORAS (13 ABRIL/11 MAYO LUNES Y VIERNES / 18 MAYO 12 JUNIO TODOS LOS DÍAS)
MÓDULOS DE SEGUNDO CURSO				
Tratamiento informático de datos	R.A 2: Graba informáticamente datos,	56%	a) Se han organizado los documentos que contienen los datos a grabar disponiéndolos de manera ordenada.	33

	textos y otros documentos, valorando la rapidez y exactitud del proceso.		b) Se ha comprobado que los datos y documentos no están previamente grabados con el fin de evitar duplicidades. c) Se han situado correctamente los dedos sobre el teclado. d) Se han identificado los distintos caracteres del teclado por el tacto y la posición de los dedos. e) Se ha manejado el teclado extendido con rapidez y exactitud, sin necesidad de desviar la mirada hacia las teclas.	
	R.A 4: Tramita documentación mediante su archivo, impresión y transmisión de los mismos, relacionado el tipo de documento con su ubicación.	100%	a) Se han identificado y clasificado los distintos documentos obtenidos de acuerdo con sus características y contenido. b) Se han identificado las posibles ubicaciones de archivo en soporte digital. c) Se han archivado digitalmente los documentos en el lugar correspondiente. d) Se ha accedido a documentos archivados previamente. e) Se ha comprobado el estado de los consumibles de impresión y se han repuesto en su caso. f) Se han seleccionado las opciones de impresión adecuadas a cada caso. g) Se han impreso los documentos correctamente. h) Se han utilizado las herramientas de mensajería informática interna, asegurando la recepción correcta de los documentos. i) Se ha demostrado responsabilidad y confidencialidad en el tratamiento de la información.	45

			j) Se han dejado los equipos informáticos en perfecto estado de uso al finalizar la jornada.	
Proyecto intermodular	R.A 4 Relaciona cada unidad de una empresa tipo con la prevención de riesgos profesionales identificando los equipos/sistemas de protección generales y los propios de cada actividad.	40%	a) Se ha analizado la responsabilidad de la empresa y los trabajadores en la consecución de entornos de trabajo seguros. b) Se han identificado los sistemas de protección generales e individuales de cada unidad en función de las actividades a realizar. c) Se ha estimado el coste de los elementos de protección individual. d) Se han propuesto posibles elementos de mejora en relación con la seguridad.	4
	R.A 5 Transmite información con claridad de manera ordenada y estructurada	100%	a) Se ha mantenido una actitud ordenada y metódica en la transmisión de la información. b) Se ha transmitido información verbal tanto horizontal como verticalmente. c) Se ha transmitido información entre los miembros del grupo utilizando medios informáticos. d) Se han conocido los términos técnicos en otras lenguas que sean estándares del sector.	10
Atención al cliente	R.A 3 Informa al posible cliente del servicio realizado, justificando las operaciones ejecutadas	50%	a) Se ha hecho entrega al cliente de los artículos procesados, informando de los servicios realizados en los artículos. b) Se han transmitido al cliente, de modo oportuno, las operaciones a llevar a cabo en los artículos entregados y los tiempos previstos para ello.	24

			c) Se han identificado los documentos de entrega asociados al servicio o producto. d) Se ha recogido la conformidad del cliente con el acabado obtenido, tomando nota, en caso contrario, de sus objeciones, de modo adecuado. e) Se ha valorado la pulcritud y corrección, tanto en el vestir como en la imagen corporal, elementos clave en la atención al cliente. f) Se ha mantenido en todo momento el respeto hacia el cliente	
	R. A 4 Atiende reclamaciones de posibles clientes, reconociendo el protocolo de actuación.	50%	a) Se han ofrecido alternativas al cliente ante reclamaciones fácilmente subsanables, exponiendo claramente los tiempos y condiciones de las operaciones a realizar, así como del nivel de probabilidad de modificación esperable. b) Se han reconocido los aspectos principales en los que incide la legislación vigente, en relación con las reclamaciones. c) Se ha suministrado la información y documentación necesaria al cliente para la presentación de una reclamación escrita, si éste fuera el caso. d) Se han recogido los formularios presentados por el cliente para la realización de una reclamación. e) Se ha cumplimentado una hoja de reclamación f) Se ha compartido información con el equipo	24
Operaciones auxiliares de almacenaje	RA 5 Prepara pedidos para su expedición	50%	a) Se ha interpretado la normativa que regula el embalaje y el	48

	<p>relacionando las características, condiciones de manipulación y conservación de mercancías y productos con órdenes de trabajo y documentación de expedición</p>	<p>etiquetado de las mercancías o productos.</p> <p>b) Se han relacionado las características de los distintos tipos de embalaje con las características físicas y técnicas de los productos y mercancías, sus condiciones de manipulación y transporte.</p> <p>c) Se han descrito, a partir de la orden de pedido, las mercancías a expedir.</p> <p>d) Se ha verificado, a partir de las fichas de almacén, que existe mercancía suficiente para cubrir el pedido.</p> <p>e) Se han descrito los movimientos a realizar en el almacén hasta ubicar la mercancía en la zona de expedición y los equipos adecuados de manipulación.</p> <p>f) Se han utilizado aplicaciones informáticas para cumplimentar notas de entrega.</p> <p>g) Se han registrado salidas de mercancías en fichas de almacén y documentación técnica.</p> <p>h) Se han creado etiquetas y se ha determinado el lugar que deben ocupar en el embalaje, así como las señales de protección de la mercancía.</p> <p>i) Se han interpretado órdenes de carga, identificando el lugar de colocación de la mercancía en el medio de transporte en función de sus características físicas y su destino.</p> <p>j) Se ha demostrado responsabilidad ante errores.</p>	

Programación didáctica Comercio y Marketing

En la instrucción 27/2024 de fp dual que regula los aspectos organizativos de la misma, se hace referencia a la evaluación y se especifica que ésta se hará por parte del tutor en la empresa del alumno en coordinación con la tutora dual.

La tutoría dual es una figura clave y muy importante en la evaluación ya que su rol va a ser coordinar lo valorado por la empresa con el profesor responsable del módulo.

Se han establecido unos porcentajes de resultados de aprendizaje que se van a dualizar de manera autónoma por parte de los profesores de modo que la nota del alumno en la formación dual representará ese porcentaje en la nota final del módulo.

Asignación de alumnado; criterios de selección:

Los criterios de adjudicación y selección del alumnado serán objetivos, deberán ser concretados por el centro educativo, pero estarán dentro de las siguientes opciones:

- Rendimiento académico:
 - o Nota expediente académico de acceso a las enseñanzas (primer curso).
 - o Nota media del primer curso (segundo curso).
 - o Nota media de las evaluaciones anteriores a la incorporación a la fase de formación en empresa u organismo equiparado (primer o segundo curso).
 - o Desarrollo de pruebas teórico/prácticas.
 - Competencias personales, capacidad para el trabajo en equipo, capacidad para la toma de decisiones y la capacidad para la innovación y la creatividad:
 - o Valoración del equipo docente.
 - o En su caso, entrevista personal realizada por la empresa u organismo equiparado.
 - Asistencia a las actividades lectivas en el centro educativo:
 - o Se podrá tener en cuenta el porcentaje acumulado de faltas de asistencia no justificadas hasta el momento de la selección como criterio de desempate o influyente, pero no como aspecto excluyente, salvo que se vea superado el porcentaje referido en el apartado cuarto-5.
- En el caso de alumnado con discapacidad y/o necesidades específicas de apoyo educativo documentalmente justificadas, este tendrá prioridad en la asignación a empresas que, por sus características, mejor puedan adaptarse a la situación de discapacidad presentada, a fin de garantizar su realización en términos de calidad y accesibilidad. Esta prioridad será establecida y justificada a criterio del centro.

Particularidades

Alberto Martín Corchado es un alumno repetidor de 1º de grado medio que ya realizó 120 horas de FEOE el curso pasado superándolas con éxito por lo que este curso, no tendrá que volver a realizarlas.

Ismael Guerrero Aldama, es un alumno de 2º de grado medio que no realizó la FEOE el curso pasado por lo que tiene 90 horas de estancias formativas en empresa pendientes de recuperar. Se tratará de hacer durante el curso buscando un horario que le resulte adecuado y le permita compaginar sus estudios.

Programación didáctica Comercio y Marketing

Marina Caro Burguillos es una alumna de 2º de grado medio que está trabajando por las tardes. De cara a preparar su FEOE de este curso, nos hemos dado cuenta que no puede hacerla en el mismo lugar de trabajo ya que no lo permite la ley. Al tener la FEOE una duración de 6 horas, creemos que podrá compaginar bien las dos estancias laborales.

Empresas participantes

Empresa	Población
Romboc Comunicaciones, s.l.u	Villafranca de los Barros
David Huertas Santiago (Numbe Group Marketing Digital)	Fuente del Maestre
Martinsport, C.B.	Villafranca de los Barros
Gutilor inversiones, s.l. (MANGO)	Zafra
Trevauto Comercio Automóviles, s.l.(Toyota)	Zafra
Sprinter Megacentros del Deporte, s.l.	Almendralejo
Luis Parra González (Sportvida)	Los Santos de Maimona
Diaz, Duran y Sánchez, S.L.	Los Santos de Maimona
Antonio Carrasco Hernández (Zapatería Dos Pies)	Zafra
Alimentación del Fresno, S.L. (Dia)	Villafranca de los Barros
Mª José Cuellar Márquez (Zapatería Dos pies)	Los Santos de Maimona

Programación didáctica Comercio y Marketing

Antonio Carrasco Hernández (Zapatería Dos Pies)	Zafra

Este listado de empresas se irá ampliando a lo largo del curso con la elaboración de nuevos convenios.

Requisitos que debe cumplir el alumnado para realizar la FEOE

Contar con la aprobación del equipo docente para su incorporación a la formación en empresa u organismo equiparado, teniendo en cuenta la trayectoria del alumno o alumna en el centro educativo y siempre que esta no sea incompatible con el aprovechamiento de dicho periodo.

Para establecer esta aprobación, en el momento de iniciar el periodo de formación en empresa u organismo equiparado, se considerarán (de manera simultánea o no) los siguientes criterios:

- Rendimiento académico:

o El alumno o alumna tendrá superados al menos del 30% de los resultados de aprendizaje evaluados hasta la fecha.

- Asistencia a las actividades lectivas en el centro educativo:

o Se valorará la asistencia del alumnado, que no podrá tener acumulado más del **25 % de faltas** de asistencia **no justificadas** hasta la fecha de incorporación a la empresa u organismo equiparado.

- Actitud y responsabilidad:

o Se tendrá en cuenta la actitud demostrada por el alumnado hasta el momento de su incorporación a la fase de formación en empresa u organismo equiparado, de forma que podrán no autorizarse casos que hayan sido objeto de expedientes disciplinarios o de continuadas actuaciones contrarias a las normas de convivencia en el centro educativo, con especial atención a la actitud y responsabilidad durante el desarrollo de prácticas realizadas en el propio centro educativo. En cualquiera de estos casos deberá justificarse documentalmente ante la inspección educativa este tipo de conductas. Para ello, se deberá elaborar un informe por parte del equipo educativo, apoyado en las conductas contrarias previamente registradas en el expediente del alumnado, que será firmado por el tutor del grupo y con el visto bueno de la dirección del centro.

El equipo docente podrá concretar y especificar estos criterios en el plan marco de formación, respetando las líneas generales establecidas en este apartado.

En la situación de no autorización, el equipo docente deberá recoger y argumentar en un acta la decisión tomada, este documento quedará recogido en el expediente del alumno o alumna.

15.- PROGRAMACIÓN DE CADA MÓDULO

Se irán colocando las programaciones en el siguiente orden:

1ºGrado básico:

Técnicas básicas de merchandising

[TBM 2025-26 PROGRAMAICON TECNICAS BASICAS DE MERCHANDISING. LOURDES CONSIÑA. RA.pdf](#)

Programación didáctica Comercio y Marketing

Aplicaciones básicas de ofimática

[Progr.Aplic.Bás.Ofimática 25/26 Estefanía.docx](#)

Preparación de pedidos y venta de productos

[ProgPPyVPn.pdf](#)

2ºGrado Básico:

Operaciones auxiliares de almacenaje

[OPERACIONES AUXILIARES DE ALMACENAJE.docx](#)

Tratamiento informático de datos

[Tratamiento Informático datos GB 2025](#)

Atención al cliente

[PROGRAMACIÓN ATENCIÓN AL CLIENTE.docx](#)

Proyecto intermodular

[PROGRAMACIÓN PROYECTO INTERMODULAR GRADO BÁSICO](#)

1º Grado medio Actividades Comerciales

Gestión de compras

[PROGRAMACIÓN GESTIÓN DE COMPRAS 2025/2026.docx](#)

Aplicaciones informáticas para el comercio

[Progr.Aplic.Inf.Comerc.25/26 Estefanía.docx](#)

Dinamización del punto de venta

[DPV 2025-26 PROGRAMACION DINAMIZAC PUNTO DE VENTA. LOURDES CONSIÑA..pdf](#)

Marketing en la actividad comercial

[Programación Marketing 2025.pdf](#)

Procesos de venta

[ProgramacionprocesosdeventaN.pdf](#)

Digitalización aplicada a los sectores productivos

[Programación Digitalización 2025.pdf](#)

2º Grado medio Actividades comerciales

Técnicas de almacén

[Programación Técnicas de Almacén 25/26](#)

Comercio electrónico

[ProgComElectN.pdf](#)

Programación didáctica Comercio y Marketing

Venta técnica

[programacionVentatecnicaN.pdf](#)

Servicios de atención comercial

[Programación SAC Yolanda 25/26.docx](#)

Gestión de un pequeño comercio

[Programación GPC 2025.pdf](#)

Optativa desafíos y retos comerciales

[DRC 2025-26 PROGRAMACION DESAFIOS Y RETOS COMERCIALES \(OPTATIVA\). LOURDES CONSIÑA..pdf](#)

Proyecto intermodular

[Proyecto intermodular GM 2025.pdf](#)

Sostenibilidad aplicada a sectores productivos

[Progr.SASP-25/26 Estefanía.docx](#)

