

1. Identificación da programación
Centro educativo

Código	Centro	Concello	Ano académico
36011579	A Guía	Vigo	2024/2025

Ciclo formativo

Código da familia profesional	Familia profesional	Código do ciclo formativo	Ciclo formativo	Grao	Réxime
COM	Comercio e márketing	CSCOM02	Comercio internacional	Ciclos formativos de grao superior	Réxime xeral-ordinario

Módulo profesional e unidades formativas de menor duración (*)

Código MP/UF	Nome	Curso	Sesións semanais	Horas anuais	Sesións anuais
MP0822	Sistema de información de mercados	2024/2025	5	87	104

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

Profesorado responsable

Profesorado asignado ao módulo	SALOMÉ TEJO FUENTES
Outro profesorado	

Estado: Pendente de supervisión inspector

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

O módulo de «Sistema de información de mercados» pertence ao ciclo formativo de grado superior «Técnico superior en Comercio Internacional», da familia profesional de Comercio e Marketing. Os continuos cambios no comportamento das empresas e dos consumidores están levando ás empresas a recolectar información actualizada para mellorar os seus procesos de toma de decisións. A investigación de mercados estase a converter nunha das principais tarefas dentro da función de marketing da empresa. Permite analizar aos consumidores para comprender mellor o seu comportamento e comprender mellor os seus desexos e necesidades co fin de poder avanzar adecuadamente na toma de decisións e na execución de accións e estratexias.

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

U.D.	Título	Descrición	Duración (sesións)	Peso (%)
1	Análise do mercado e do contorno da empresa	Análise de variables do mercado e do contorno empresarial, así como das institucións que infúen na actividade comercial	10	10
2	Comportamento do consumidor e segmentación do mercado	Análise das necesidades do consumidor e do seu comportamento no proceso de compra, así como estudo de métodos de segmentación de mercados atendendo a distintos criterios	10	10
3	Configuración dun sistema de información de marketing	O SIM e a investigación comercial: a información como elemento fundamental para a toma de decisións de marketing.	10	10
4	Elaboración do Plan de Investigación comercial	Proceso metodolóxico, deseño e elaboración dun plan de investigación comercial. Aspectos éticos na investigación comercial	13	15
5	Obtención de información primaria e secundaria	Métodos e técnicas de obtención de información primaria (cualitativas e cuantitativas) e secundaria e ordenación da información obtida	26	25
6	Tratamento estadístico de datos: poboación e mostra	Aproximación aos conceptos de poboación e mostra. Tipos de muestreo e fases do proceso de muestreo.	17	15
7	Tratamento estadístico de datos: técnicas estatísticas para a análise dos datos e o informe comercial	Análise do tratamento estadístico dos datos e presentación de conclusións coa presentación do informe comercial	18	15

4. Por cada unidade didáctica

4.1.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
1	Análise do mercado e do contorno da empresa	10

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA1 - Analiza as variables do mercado e o contorno da empresa ou da organización, con valoración da súa incidencia na actividade desta e na aplicación de diferentes estratexias comerciais	NO

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

Criterios de avaliación
CA1.1 Analízase a estrutura e o funcionamento dos mercados en que opera a empresa, e identifícanse as variables que inflúen neles
CA1.2 Analízase o impacto das variables do microcontorno na actividade comercial da empresa ou organización
CA1.3 Analízanse os efectos dos factores do macrocontorno na actividade comercial da empresa
CA1.4 Identifícanse as principais organizacións e institucións económicas que regulan a actividade dos mercados ou inflúen nela
CA1.5 Analízase a incidencia dos procesos de integración económica a nivel europeo e internacional na competencia dos mercados

4.1.e) Contidos

Contidos
Mercado: elementos e funcionamento.
Estrutura do mercado: mercado actual e mercado potencial.
Límites do mercado: físicos, segundo as características dos/das consumidores/as e segundo o uso do produto.
Clasificación dos mercados atendendo a diversos criterios.
Análise das variables do macrocontorno: económico, sociocultural, demográfico, tecnolóxico, ambiental, político e legal.
Análise dos factores do microcontorno: competencia, subministradores/oras, distribuidores/oras e institucións.
Institucións autonómicas, estatais e internacionais que inflúen nos mercados.

4.2.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
2	Comportamento do consumidor e segmentación do mercado	10

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA1 - Analiza as variables do mercado e o contorno da empresa ou da organización, con valoración da súa incidencia na actividade desta e na aplicación de diferentes estratexias comerciais	NO

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

Criterios de avaliación
CA1.6 Analizáronse as necesidades do/da consumidor/ora e clasificáronse segundo a xerarquía ou a orde de prioridade na satisfacción destas
CA1.7 Identificáronse as fases do proceso de compra do/da consumidor/ora e analizáronse as variables internas e externas que inflúen nel
CA1.8 Definíronse estratexias comerciais aplicando os principais métodos de segmentación de mercados, segundo distintos criterios

4.2.e) Contidos

Contidos
0Segmentación de mercados: obxectivos e criterios de segmentación.
Aplicación da segmentación no deseño de estratexias comerciais.
Posicionamento do produto e da empresa no mercado.
Estudo das necesidades e do comportamento do/da consumidor/ora.
Proceso de compra do/da consumidor/ora: fases e variables que interveñen.

4.3.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
3	Configuración dun sistema de información de marketing	10

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA2 - Configura un sistema de información de márketing (SIM) para a toma de decisións comerciais, definindo as fontes de información, os procedementos e as técnicas de organización dos datos	NO

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

Criterios de avaliación
CA2.1 Determináronse as necesidades de información da empresa para a toma de decisións de márketing
CA2.2 Identificáronse os datos procesados e organizados por un sistema de información de márketing
CA2.3 Analizáronse as características de idoneidade que debe posuír un SIM, o seu tamaño, a súa finalidade e os seus obxectivos, en función das necesidades de información da empresa ou organización
CA2.4 Clasificouse a información en función da súa natureza, da orixe ou da procedencia dos datos, e da dispoñibilidade destes
CA2.5 Caracterizáronse os subsistemas que integran un SIM, analizando as funcións, os tipos de datos e os obxectivos de cada un

4.3.e) Contidos

Contidos
Necesidade de información para a toma de decisións na empresa.
Tipos de información: segundo a súa natureza, a súa orixe e a súa dispoñibilidade.
Sistema de información de márketing (SIM): características e finalidade.
Estrutura do SIM: subsistemas que o integran e tipos de datos.

4.4.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
4	Elaboración do Plan de Investigación comercial	13

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA2 - Configura un sistema de información de márketing (SIM) para a toma de decisións comerciais, definindo as fontes de información, os procedementos e as técnicas de organización dos datos	NO
RA3 - Deseña plans de traballo para a obtención de información definindo os obxectivos, as fontes de información, os métodos e as técnicas aplicables para a obtención dos datos e o orzamento necesario	NO

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

Criterios de avaliación
CA2.6 Clasifícanse os datos segundo a fonte de información da que procedan
CA2.7 Determinouse a necesidade de realizar unha investigación comercial identificando as fases do proceso
CA2.8 Aplicáronse técnicas adecuadas para o tratamento e a organización dos datos, co fin de transformalos en información útil para a toma de decisións da empresa ou a organización
CA2.9 Utilizáronse ferramentas informáticas para o arquivo e a incorporación da información á base de datos da empresa, para a súa actualización permanente, de xeito que se poida utilizar de maneira áxil e rápida
CA3.1 Definiuse o problema ou a oportunidade da empresa que se pretenda investigar e formuláronse os obxectivos da investigación que se vaia realizar
CA3.2 Determinouse o deseño ou o tipo de investigación que cumpra realizar (exploratoria, descritiva ou causal)
CA3.3 Elaborouse o plan de traballo, establecendo o tipo de estudo, a información que haxa que obter, as fontes de información, os instrumentos para a obtención dos datos, as técnicas de análise e o orzamento necesario
CA3.4 Identifícanse as fontes de información, primarias e secundarias, internas e externas, que poden facilitar a información, aplicando criterios de fiabilidade, representatividade e custo

4.4.e) Contidos

Contidos
<p>Investigación comercial: concepto e finalidade.</p> <p>Aplicacións da investigación comercial.</p> <p>Proceso metodolóxico da investigación comercial: fases do proceso.</p> <p>Aspectos éticos da investigación comercial: código CCI/ESOMAR.</p> <p>Investigación comercial en España.</p> <p>Identificación e definición do problema ou a oportunidade para investigar.</p> <p>Determinación dos obxectivos da investigación.</p> <p>Tipos investigación: estudos exploratorios, descritivos e experimentais.</p> <p>Deseño e elaboración do plan da investigación comercial.</p> <p>Orzamento e custos da investigación comercial.</p> <p>Fontes de información: internas e externas, primarias e secundarias.</p>

4.5.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
5	Obtención de información primaria e secundaria	26

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA3 - Deseña plans de traballo para a obtención de información definindo os obxectivos, as fontes de información, os métodos e as técnicas aplicables para a obtención dos datos e o orzamento necesario	NO

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

Criterios de avaliación
CA3.5 Caracterizáronse os métodos de acceso máis habituais ás fontes de información secundaria internas e externas, motores de procura en liña, etc
CA3.6 Diferenciáronse as técnicas de obtención de información primaria cualitativa (entrevista en profundidade, dinámica de grupos, observación, etc.) e analizáronse as súas características
CA3.7 Identificáronse as técnicas de obtención de información primaria cuantitativa (enquisas, observación, experimentación, paneis, etc.) e analizáronse as súas características
CA3.8 Descríbense as vantaxes dos medios para a obtención de datos en papel (PAPI) ou con apoio de medios informáticos (CAPI, CATI e CAWI), en enquisas persoais e telefónicas, ou a través da web
CA3.9 Elaboráronse e probáronse tipos de cuestionarios para a realización de diversas modalidades de enquisas (persoais, telefónicas, por correo ou na web)

4.5.e) Contidos

Contidos
<p>0Tecnoloxías da información e da comunicación aplicadas ás enquisas: CAPI, MCAPI, CATI e CAWI.</p> <p>Cuestionarios: metodoloxía para o seu deseño. Elementos e estrutura do cuestionario. Tipos de preguntas. Tipos de cuestionarios.</p> <p>Métodos e técnicas de obtención de información secundaria e primaria.</p> <p>Técnicas de investigación cualitativa: entrevista en profundidade, dinámica de grupos, observación, etc.</p> <p>Técnicas de investigación cuantitativa: enquisas, paneis (de consumidores/oras, de retallistas e de audiencias), observación e experimentación.</p>

4.6.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
6	Tratamento estadístico de datos: poboación e mostra	17

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA4 - Determina as características e o tamaño da mostra da poboación obxecto da investigación, aplicando técnicas de mostraxe para a selección desta	SI

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

Criterios de avaliación
CA4.1 Caracterizáronse os métodos de mostraxe probabilística e non probabilística aplicables para a selección dunha mostra representativa da poboación sobre a que se vaia investigar, analizando as súas vantaxes e os seus inconvenientes
CA4.2 Describiuse o proceso de selección da mostra aplicando diversos métodos de mostraxe aleatoria simple, sistemática, estratificada, por áreas ou conglomeradas, polietápica e por ruta aleatoria, analizando as súas vantaxes e os seus inconvenientes
CA4.3 Analizouse o proceso de mostraxe aplicando técnicas de mostraxe non probabilística, por conveniencia, por xuízos, por cotas ou bóla de neve
CA4.4 Identificáronse as variables que inflúen no cálculo do tamaño da mostra nunha investigación comercial
CA4.5 Seleccionouse o método de mostraxe e calculouse o tamaño óptimo da mostra en función da poboación obxecto de estudo, o erro de mostraxe, o nivel de confianza desexado e o orzamento asignado
CA4.6 Elaborouse o plan de traballo de campo para a obtención de información primaria, determinando o tempo e os recursos materiais e humanos necesarios, en función do medio e a forma de enquisa que se vaia realizar (PAPI, CAPI, MCAPI, CATI, CAWI, etc)
CA4.7 Programouse o traballo de campo elaborando o caderno de campo e a folla de ruta de cada enquisador/ora, establecendo o número de entrevistas que haxa que realizar, a duración destas e as indicacións para a localización física e/ou selección das persoas que se vaian entrevistar
CA4.8 Simulouse a realización da enquisa, segundo as instrucións recollidas en caderno de traballo de campo, co fin de detectar posibles erros no cuestionario e establecer as oportunas medidas correctoras

4.6.e) Contidos

Contidos
Conceptos básicos de mostraxe: poboación, universo, marco mostral, unidades mostrais e mostra.
Determinación do tempo e os recursos materiais e humanos necesarios para o traballo de campo en función do medio e o tipo de enquisa (PAPI, CAPI, CATI e CAWI).
Programación do traballo de campo. Elaboración do caderno de campo e distribución territorial dos enquisadores.
Organización do traballo de campo.
Elaboración da folla de ruta de cada entrevistador.
Interpretación do cuestionario para detectar posibles erros con relación á estrutura e a conexión entre as preguntas e establecer as oportunas medidas correctoras para corrixir as desviacións.
Mostraxes aleatorias ou probabilísticas.
Mostraxes non probabilísticas.

Contidos
Análise comparativa dos procesos de mostraxe.
Erros mostrais e non mostrais.
Factores que inflúen no tamaño da mostra. Erro de mostraxe e nivel de confianza.
Cálculo do tamaño da mostra.
Cálculo do erro de mostraxe.
Elaboración do plan de traballo de campo: fases do proceso.

4.7.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
7	Tratamento estadístico de datos: técnicas estadísticas para a análise dos datos e o informe comercial	18

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA5 - Realiza o tratamento e a análise dos datos obtidos, e elabora un informe cos resultados, aplicando técnicas estadísticas e ferramentas informáticas	SI

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

Criterios de avaliación
CA5.1 Tabuláronse e representáronse graficamente os datos obtidos na investigación comercial de acordo coas especificacións recibidas
CA5.2 Calculáronse as medidas estadísticas básicas de tendencia central, las de dispersión de datos e as que representan a forma da distribución
CA5.3 Aplicáronse técnicas de inferencia estatística para extrapolar os resultados da mostra á totalidade da poboación, cun determinado grao de confianza e un determinado nivel de erro mostral
CA5.4 Aplicáronse medidas estadísticas básicas para a obtención de información do mercado como tendencias de mercado, cota de mercado, etc
CA5.5 Comparáronse os resultados estadísticos obtidos nun determinado estudo coas hipótese previamente formuladas nel

Criterios de avaliación

CA5.6 Utilizáronse follas de cálculo para o tratamento e a análise dos datos, e o cálculo das medidas estatísticas

CA5.7 Elaboráronse informes comerciais cos resultados e as conclusións obtidas da análise estatística, e a súa relación co obxecto de estudo

CA5.8 Presentáronse os datos e os resultados do estudo convenientemente organizados en forma de táboas estatísticas, e achegáronse as representacións gráficas máis axeitadas

CA5.9 Incorporáronse os datos e os resultados do estudo a unha base de datos no formato máis adecuado para a súa posterior actualización, e para facilitar a consulta e a recuperación da información con rapidez e precisión

4.7.e) Contidos
Contidos

Organización e tabulación de datos. Representación gráfica.

0Regresión lineal e correlación simple. Axuste de curvas.

Números índices.

Series temporais. Estimación de tendencias.

Aplicacións informáticas para o tratamento e a análise da información: follas de cálculo e bases de datos.

Elaboración de informes comerciais cos resultados da análise e as conclusións da investigación e o estudo estatístico dos datos.

Presentación de datos e anexos: táboas estatísticas e gráficos.

Aplicacións informáticas para a elaboración de informes e presentación de datos obtidos e nun estudo de mercado.

Análise univariable e multivariable de datos.

Medidas de posición ou tendencia central (media, mediana e moda).

Medidas de dispersión (varianza e desviación típica, percorridos e rango).

Medidas de forma da distribución (asimetría e curtose).

Técnicas de análise probabilística. Estimación puntual e por intervalos.

Contraste de hipóteses.

Análise da varianza.

Contidos

Técnicas de inferencia estatística. Extrapolación dos resultados da mostra á poboación obxecto de estudo.

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

MINIMOS EXIXIBLES:

Todos os Criterios de Avaliación (CA) establécense como mínimos tendo que acadarse o 50% da cualificación de cada un para ter unha avaliación positiva. O cálculo do 50% establecerase no nivel mínimo de logro que corresponda ao instrumento de avaliación empregado.

CRITERIOS DE CUALIFICACIÓN: Os procedementos de avaliación que se aplicarán poderán ser:

a. Probas de coñecementos:

- i. Poden consistir en exames escritos con preguntas curtas e/ou a desenvolver, cuestionarios tipo test ou supostos prácticos.
- ii. Conterán instrucións de realización con indicación de tempos máximos para realízalas e a cualificación máxima por preguntas ou apartados.
- iii. Nos cuestionarios tipo test se indicará o número mínimo de preguntas que se deben contestar positivamente para acadar unha avaliación positiva mínima que nunca será superior ao 60% das preguntas ben contestadas e se penalizan as preguntas mal contestadas.
- iv. Para os exames escritos con preguntas a desenvolver ou supostos prácticos empréganse modelos de solución (padróns) graduados do seguinte xeito: pregunta completa 100% da cualificación, pregunta case completa 75% da cualificación, pregunta aceptable (mínimo) 50% da cualificación, pregunta incompleta 25% da cualificación, pregunta moi incompleta 5% da cualificación. Unha proba de coñecementos non realizada inxustificadamente, suporá volvela realizar no período de actividades de recuperación correspondente.
- v. Este tipo de probas serán combinadas. Ou sexa, se avaliarán varios criterios de cualificación nelas. A cualificación consistirá en corrixir a proba globalmente e repartir a cualificación entre os CA avaliados en función do peso establecido en axustar avaliación.
- vi. En cada período de avaliación parcial (decembro, marzo) este tipo de probas terá un peso do 70% da cualificación obtida. As cualificacións de probas de coñecementos superiores a 4 puntos poderán facer media co resto de procedementos de avaliación para o cálculo da nota de cada avaliación.

b. Probas de produto e/ou desempeño:

- i. Poden consistir en traballos de investigación, memorias, fichas, plans, obxectos e defensas orais tanto en grupo como individuais.
- ii. Conterán indicacións/instrucións precisas sobre como presentalas, os formatos de presentación, o xeito de presentación (correo electrónico, aula virtual, etc.), de debe ser defendido, os prazos de presentación, as penalizacións por presentación fóra de prazo e de como se cualificarán (niveis de logro e indicadores). Un produto non presentado inustificadamente, implicará volvelo realizar no período de actividades de recuperación correspondente.
- iii. Cualifícanse con táboas de indicadores (rúbricas) con catro niveis de logro:
completo/excelente 100% da cualificación do indicador de que se trate; case completo/bo 75%; aceptable (mínimo) 50% e insuficiente do 0% ao 40%).
- iv. Nas táboas de indicadores empregaranse os seguintes bloques: expresión escrita, ortografía, formato, presentación e creatividade, contido e desempeño. Os indicadores de contido puntuarán como mínimo un 60% da cualificación total do produto.
- v. Se o produto que se pide trae asociada unha exposición oral (defensa) esta será avaliada por separado coa súa correspondente táboa de indicadores que incluírán os seguintes bloques: linguaxe non verbal, linguaxe verbal, presentación e creatividade do apoio visual.
- vi. Este tipo de probas serán combinadas. Ou sexa, se avaliarán varios criterios de cualificación nelas. A cualificación consistirá en corrixir a proba globalmente e repartir a cualificación entre os CA avaliados en función do peso establecido.
- vii. En cada período de avaliación este tipo de probas terá un peso do 30% da cualificación obtida. As cualificacións de produtos superiores a 4 puntos poderán facer media co resto de procedementos de avaliación para o cálculo da nota de cada avaliación.

O peso por RA's é o seguinte:

- RA1: 15%
- RA2: 15%
- RA3: 15%
- RA4: 25%
- RA5: 30%

6. Procedemento para a recuperación das partes non superadas

6.a) Procedemento para definir as actividades de recuperación

1. As probas con cualificacións inferiores a 5 puntos deberán ser superadas nos períodos correspondentes para as actividades de recuperación que se establezan.
2. Se a nota da 1ª ou 2ª avaliación é inferior a 5 puntos deberán ser recuperadas unicamente as probas de coñecemento ou de produtos e/ou desempeños que, individualmente, obtiveron unha cualificación inferior a 5 puntos.
3. As actividades de recuperación desenvolveranse no período de abril a xuño aínda que durante o curso se establecerán para cada proba non superada, outros períodos de recuperación en datas anteriores.
Trátase de que o alumnado aprenda dos propios erros e sexa capaz de corrixilos.

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

1. O alumnado perde a avaliación continua cando ten un 10% de faltas de asistencia sen xustificar ou un 15% xustificadas como máximo.
2. Elaborarase unha proba combinada que permita cualificar os CA do módulo. Conterá instrucións de realización con indicación de tempos máximos para realízalas e a cualificación máxima por preguntas ou apartados. Consistirá nunha proba de coñecementos por escrito con dúas partes: un cuestionario tipo test e casos prácticos.
3. O alumnado non terá que examinarse das partes superadas antes da perda da avaliación continua. Ou sexa, estarán exentos de contestar aquelas partes da proba que conteña casos prácticos relacionados con esas partes superadas. Esta exención lle será comunicada individualmente ás persoas alumnas.
4. O cuestionario conterá o número suficiente de preguntas para poder avaliar os CAs do módulo. Deberán estar ben contestadas o 50% das preguntas do cuestionario para ter unha avaliación positiva nesta parte. As preguntas do cuestionario mal contestadas penalizan de modo que tres preguntas mal respostadas anulan unha ben respostada.
5. A parte de casos prácticos consistirá nun número suficiente deles que permita avaliar os CAs do módulo que serán corrixidos con táboas de indicadores con catro niveis de logro: completo/excelente 100% da cualificación do indicador de que se trate; case completo/bo 75%; aceptable (mínimo) 50% e insuficiente do 0% ao 40%).
6. O cuestionario tipo test ponderará un 30% e os casos prácticos un 70% da cualificación final da proba. Cada parte será avaliada sobre 10 puntos e non se dará a proba por superada se en cada parte non se obtén como mínimo 5 puntos sobre 10.

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

1. Cada 15 días, farase o seguimento da programación na aplicación informática. Mensualmente se dará conta na reunión de departamento preceptiva deste seguimento.
2. A avaliación da práctica docente realizarase unha reflexión sobre as competencias de programación, actividades de aula, avaliación e formación tendo en conta os seguintes indicadores de cada competencia:
 - a. Programación:
 - i. Planificación do traballo docente.
 - ii. Programación de unidades didácticas.
 - iii. Programación de actividades e tarefas.
 - iv. Tratamento da atención á diversidade e da transversalidade.
 - b. Actividades de aula:
 - i. Metodoloxía desenvolvida.
 - ii. Motivación para a aprendizaxe.
 - iii. Potenciación da autonomía no proceso de ensino-aprendizaxe.
 - iv. Coordinación co resto do equipo docente.

- v. O clima na aula e resolución de conflitos.
- vi. Traballo en equipo.
- vii. Actividades desenvolvidas variadas facendo un papel docente-guía.
- viii. Utilización dos recursos do contexto para reforzar o proceso EA.
- ix. Atención á diversidade.
- x. Inclusión da transversalidade nas actividades.

c. Avaliación:

- i. Instrumentos utilizados para facer a avaliación inicial e o seu rexistro.
- ii. Instrumentos utilizados para a avaliación continua e o seu rexistro.
- iii. Procedemento utilizado para a avaliación final.
- iv. Coavaliación e autoavaliación, se proceden.
- v. Desenvolvemento das actividades de recuperación.
- vi. Información proporcionada sobre a avaliación e a cualificación.

d. Formación:

- i. Formación desenvolvida formal.
- ii. Formación desenvolvida non formal.

3. Na memoria do fin de curso se recollerán propostas de modificacións para o curso seguinte, en función da autoavaliación anterior realizada.

8. Medidas de atención á diversidade

8.a) Procedemento para a realización da avaliación inicial

A avaliación inicial ten como obxectivo identificar os coñecementos, destrezas e competencias previas coas que conta o alumnado antes de comezar a traballar os contidos do módulo. Consideraranse os estudos previos, a experiencia profesional e as vivencias en relación aos contidos de cada unidade.

Procedementos para a realización da avaliación inicial:

- Ao inicio de curso, o profesor coordinarse co titor do curso anterior e con outros profesores que traballen co grupo para recoller información sobre os coñecementos previos do alumnado.
- Valorará a información dos informes individualizados de avaliación da etapa anteriormente cursada e consultará co departamento de Orientación en caso de detectar alumnos con necesidades educativas especiais ou que requiran apoio educativo específico
- En cada Unidade Didáctica realizarase un suposto práctico ou un cuestionario inicial que indique o nivel de coñecementos do alumnado a respecto da materia a impartir, téndoo en conta para adecuar os medios didácticos a utilizar.

Estes procedementos pretenden obter información das competencias clave seguintes:

1. Competencia en comunicación lingüística. Refírese á habilidade para utilizar a lingua, expresar ideas e interactuar con outras persoas de maneira oral ou escrita. Para desenvolvela deseñaranse tarefas que impliquen a expresión escrita e a utilización da oralidade (traballos de reflexión e investigación por escrito e defensa dos mesmos de xeito oral apoiados en produtos gráficos)
2. Competencia matemática e competencias básicas en ciencia e tecnoloxía. A primeira alude ás capacidades para aplicar o razoamento matemático para resolver cuestións da vida cotiá; a competencia en ciencia céntrase nas habilidades para utilizar os coñecementos e metodoloxía científicos para explicar a realidade que nos rodea; e a competencia tecnolóxica, en como aplicar estes coñecementos e métodos para dar resposta aos desexos e necesidades humanos. Neste caso a preparación de material básico para repasar coñecementos matemáticos poderían reforzar a competencia.
3. Competencia dixital. Implica o uso seguro e crítico das TIC para obter, analizar, producir e intercambiar información. Neste caso a utilización de software na elaboración de produtos de xeito responsable e tendo en conta licenzas e uso de datos persoais podería axudar a reforzar esta competencia
4. Aprender a aprender. É unha das principais competencias, xa que implica que o alumnado desenvolva a súa capacidade para iniciar a aprendizaxe e persistir nel, organizar as súas tarefas e tempos, e traballar de maneira individual ou colaborativa para conseguir un obxectivo. Ensinar a investigar e a ser crítico coas buscas de información poden reforzar esta competencia.
5. Competencias sociais e cívicas. Fan referencia ás capacidades para relacionarse coas persoas e participar de maneira activa, participativa e democrática na vida social e cívica. O traballo en equipo ensinando pautas para facelo poden reforzar esta competencia.
6. Sentido da iniciativa e espírito emprendedor. Implica as habilidades necesarias para converter as ideas en actos, como a creatividade ou as capacidades para asumir riscos e planificar e xestionar proxectos.

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

Para o alumnado que non responda adecuadamente as actividades programadas aplicaráselle as seguintes medidas en función das súas necesidades:

- Recuperacións das partes non superadas antes do período de actividades de recuperación
- Tarefas de alumnado específicas de reforzo.
- Introducción de estratexias e ferramentas que reforcen as competencias clave, nas actividades deseñadas.
- Deseño de actividades secuenciadas que axuden a entender o que se pide.
- Coordinación co equipo docente para tratar o reforzo en competencias clave

9. Aspectos transversais

9.a) Programación da educación en valores

Tendo en conta o anterior no ámbito da familia profesional de Comercio e Marketing, trataranse as seguintes temáticas, de xeito transversal, tanto nas tarefas do profesorado como do alumnado:

1. Valores democráticos e mellora da cohesión social.

2. Loita contra a pobreza e contribución ao desenvolvemento humano.
3. Dereitos Humanos.
4. Protección das minorías e do colectivo LGTBIQ+
5. Dereitos laborais.
6. Respecto das condicións de competencia.
7. Transferencia de tecnoloxía: respecto licenzas e patentes.
8. Preservación do Medio Ambiente. A sustentabilidade.
9. Promoción da igualdade de xénero.
10. Reforzo do respecto dos Dereitos Fundamentais. A protección de datos persoais.
11. Deontoloxía profesional.
12. Identidade dixital: netetiqueta.

9.b) Actividades complementarias e extraescolares

Visita ao instituto galego de estatística en Santiago.

10. Outros apartados

10.1) ESCENARIO COMBINADO PRESENCIAL E SEMIPRESENCIAL

1. Este módulo conta cunha aula virtual na plataforma Moodle do IES A Guía, na categoría de COMERCIO INTERNACIONAL. O alumnado, unha vez que teña un usuario na plataforma, poderá automatricularse mediante unha chave de automatrícula que lle será dada nas presentacións ou primeiros días de curso.
2. O curso deste módulo na aula virtual está organizado por UD que se irán abrindo conforme se vaia avanzando nos contidos do módulo e contarán como mínimo con ligazóns, ficheiros e tarefas por cada UD, en coherencia coa programación debidamente separadas por etiquetas. As tarefas serán deseñadas de xeito que quede claro o modo de presentación, o fondo e forma da tarefa, os prazos de entrega e se vai ser cualificada os criterios de cualificación e o seu valor en coherencia coa programación. Cada UD contará cun foro de dúbidas
3. A opción de semipresencialidade queda organizada unha xornada por semana. Na xornada semipresencial farase seguimento das tarefas e actividades programadas nas UD a través do foro de dúbidas e mediante mensaxería instantánea que se vai organizar para este módulo
4. Nas primeiras semanas de clase presencial se incidirá no uso da aula virtual, nas pautas a seguir nas titorías a distancia, no uso dos sistemas de videoconferencia e na resolución de problemas técnicos que poida ter o alumnado. Tamén se establecerán grupos para as tarefas de grupo e se entrenará ao alumnado no uso de ferramentas dixitais para o desenvolvemento desas tarefas grupais.
5. Se organiza un grupo de contactos do alumnado do módulo que constará de teléfono móbil e correo electrónico como mínimo. Comprobarase que os datos aportados polo alumnado na matrícula a través de XADE

están actualizados.

6. A incorporación do alumnado ao grupos de mensaxería, farase mediante envío de ligazóns dos grupos aos contactos da matrícula ou proporcionado polo propio alumnado para que se inclúan eles voluntariamente (teléfono móbil ou correo electrónico da axenda do punto anterior)

10.2) ESCENARIO A DISTANCIA

Se as circunstancias sanitarias obligasen a pasar a un sistema completamente a DISTANCIA, seguiranse as directrices de SEMIPRESENCIAL do apartado anterior, engadindo as seguintes:

1. A metade do horario do módulo, por exceso programarase polo sistema de videoconferencia preferentemente polas plataformas proporcionadas pola consellería de educación.
2. O resto do horario se organizará con tarefas e actividades propostas ao alumnado distintas das configuradas na programación para explicacións teóricas da persoa docente. Estas actividades poderán ser seguidas por outros sistemas diferentes á videoconferencia tendo en conta que a aula virtual conta con foro de dúbidas en cada UD e se vai organizar un grupo de mensaxería instantánea como sistema síncrono de comunicación.