

**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
MP0823	Márketing internacional	2024/2025	7	123	147

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

**Profesorado responsable**

Profesorado asignado ao módulo	CARMEN LINA BALVÍS PRIETO
Outro profesorado	

Estado: Pendente de supervisión inspector

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

As persoas que obteñan o título de Técnico Superior en Comercio Internacional han exercer a súa actividade en empresas de calquera sector produtivo, nomeadamente do sector do comercio e márketing público e privado, realizando funcións de planificación, organización, xestión e asesoramento de actividades de comercio internacional.

Trátase de traballadores e traballadoras por conta propia que xestionan a súa empresa, realizando actividades de comercio internacional, ou por conta allea, que exercen a súa actividade no departamento de comercio internacional dentro dos subsectores de:

Industria, comercio e agricultura, no departamento de comercio internacional.

Entidades financeiras e de seguros, no departamento de exterior.

Empresas intermediarias no comercio internacional, como axencias transitarias, axencias comerciais, empresas consignatarias, axencias de alfándegas, empresas de asesoramento comercial e xurídico, etc.

Empresas importadoras, exportadoras e distribuidoras-comercializadoras.

Empresas de loxística e transporte.

Asociacións, institucións, organismos e organizacións non gobernamentais.

2. As ocupacións e os postos de traballo máis salientables son os seguintes:

Técnico/a en comercio exterior.

Técnico/a de operacións exteriores de entidades financeiras e de seguros.

Técnico/a en administración de comercio internacional.

Asistente ou adxunto/a de comercio internacional.

Axente de comercio internacional.

Técnico/a de markéting internacional.

Técnico/a de markéting dixital internacional.

Técnico/a de venda internacional.

Asistente ao departamento de operacións comerciais internacionais.

Transitario/a.

Consignatario/a de buques.

Operador/ora loxístico/a.

Xefe/a de almacén.

Técnico/a en loxística do transporte.

Coordinador/ora loxístico/a.

Técnico/a en loxística inversa.

**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	Introducción ao márketing internacional	Definir os conceptos de mercado, consumidor, márketing internacional, globalización e internacionalización	27	17
2	O entorno internacional	Analizar internamente a empresa, identificar o entorno internacional, utilizar ferramentas de análise para a selección do mercado internacional	25	17
3	O produto no ámbito internacional	Deseñar políticas e estratexias de produto a nivel internacional	20	14
4	O prezo no ámbito internacional	Deseñar políticas e estratexias de prezos e tarifas a nivel internacional	20	14
5	A distribución no ámbito internacional	Deseñar políticas e estratexias de distribución a nivel internacional	20	14
6	A comunicación no ámbito internacional	Deseñar políticas e estratexias de promoción a nivel internacional	20	14
7	O plan de márketing internacional	Planificación do márketing a nivel internacional	15	10

**4. Por cada unidade didáctica**
**4.1.a) Identificación da unidade didáctica**

N.º	Título da UD	Duración
1	Introducción ao márketing internacional	27

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA1 - Relaciona entre si as variables que interveñen no márketing-mix internacional e obtén conclusións salientables para a internacionalización das empresas	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 Describiuse o concepto de márketing-mix internacional e os elementos que o compoñen no contexto de internacionalización da empresa

Criterios de avaliación
CA1.1.1 Describiuse o concepto de márketing internacional e o proceso de internacionalización
CA1.3 Analizáronse e explicáronse as relacións entre as variables que interveñen no márketing-mix internacional (a partir de datos supostos)
CA1.5 Identificáronse as vantaxes e os inconvenientes da globalización na economía mundial
CA1.6 Identificáronse as influencias da globalización no márketing internacional
CA1.7 Identificáronse os factores do mercado dende o punto de vista do márketing
CA1.8 Determináronse o mercado potencial, a demanda potencial, o mercado real e a cuota de mercado
CA1.9 Análizáronse as diferencias entre o mercado de consumo e o mercado organizacional
OCA1.10 Describíronse os procesos de compra dos consumidores: final, industrial e institucional

#### 4.1.e) Contidos

Contidos
<p>Globalización: concepto, vantaxes e inconvenientes na economía mundial</p> <p>Mercado dende o punto de vista do márketing internacional</p> <p>Comportamento do consumidor</p> <p>Márketing doméstico e márketing internacional</p> <p>Internacionalización: motivos, obstáculos e etapas do proceso de internacionalización da empresa.</p> <p>Planificación de márketing: finalidade e obxectivos.</p>

#### 4.2.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
2	O entorno internacional	25

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA1 - Relaciona entre si as variables que interveñen no márketing-mix internacional e obtén conclusións salientables para a internacionalización das empresas	NO

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

Criterios de avaliación
CA1.1 Describiuse o concepto de márketing-mix internacional e os elementos que o compoñen no contexto de internacionalización da empresa
CA1.1.2 Describiuse o concepto de márketing-mix internacional e os elementos que o compoñen no contexto de internacionalización da empresa
CA1.2 Identificáronse as fases da planificación comercial dun plan de márketing internacional
CA1.4 Utilizáronse as aplicacións informáticas adecuadas para a obtención e a presentación do traballo ou do arquivo, e a posterior utilización e ampliación

**4.2.e) Contidos**

Contidos
Márketing-mix internacional. Relacións causais das variables de márketing-mix. Análise da situación: interna e externa; análise DAFO. Análise da situación interna e externa Ferramentas de análise da situación: o modelo DAFO, CAME, PESTEL

**4.3.a) Identificación da unidade didáctica**

N.º	Título da UD	Duración
3	O produto no ámbito internacional	20

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA2 - Determina a adecuación e a oportunidade de entrada dun produto nun mercado exterior, avaliando a situación dos produtos, as liñas e as gamas de produtos	SI

**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 Explicouse o concepto, as características e a clasificación dos produtos segundo distintas categorías
CA2.2 Identificáronse as dimensións dun produto ou servizo, diferenciando entre liña, gama e familia
CA2.3 Identificáronse os factores que definen a política de produtos en mercados exteriores
CA2.4 Explicáronse as fases do desenvolvemento e o ciclo de vida dun produto
CA2.5 Analizáronse as características e os elementos do produto, así como as debilidades e as fortalezas dunha liña de produtos nun determinado mercado exterior, e establecéronse conclusións
CA2.6 Analizouse a situación dos produtos ou servizos nun mercado exterior para avaliar a adecuación e a oportunidade de entrada de novos produtos
CA2.7 Avaliouse a oportunidade de lanzamento dun novo produto, seguindo criterios de dimensión de mercado e cuantificación de posibles consumidores/oras
CA2.8 Elaborouse un informe mediante soporte informático, delimitando o campo de actividade e establecendo a dimensión dos produtos, servizos e marcas detectadas
CA2.9 Analizáronse as relacións causais entre as variables de márketing-mix nas etapas do ciclo de vida do produto
CA2.10 Seleccionáronse os tipos de produtos que se poden utilizar nunha estratexia de márketing en liña
CA2.11 Definíronse os trazos que caracterizan o novo produto
CA2.12 Confeccionáronse informes, utilizando ferramentas informáticas, nos que se avalíe a oportunidade de lanzamento dun produto e o posible posicionamento nun mercado exterior

**4.3.e) Contidos**

Contidos
<p>Produto internacional: concepto, dimensión, desenvolvemento e ciclo de vida.</p> <p>Factores da política de produtos.</p> <p>Estandarización fronte a adaptación.</p> <p>Relacións causais das variables de márketing-mix.</p> <p>Análise DAFO.</p> <p>Segmentación de mercados exteriores: métodos e criterios.</p> <p>Posicionamento do produto e imaxe de marca.</p> <p>Informe sobre oportunidades de lanzamento dun produto.</p>

**4.4.a) Identificación da unidade didáctica**

N.º	Título da UD	Duración
4	O prezo no ámbito internacional	20

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA3 - Deseña políticas de prezos e tarifas comerciais nun mercado exterior, analizando as variables que inflúen no prezo dun produto	SI

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

Criterios de avaliación
CA3.1 Seleccionáronse os métodos de fixación de prezos, tendo en conta o incoterm e as variables que determinan o prezo do produto no exterior
CA3.2 Valorouse a importancia e a repercusión do tipo de cambio na fixación do prezo do produto ou servizo nun mercado exterior

Criterios de avaliación
CA3.3 Identifícaronse os custos máis salientables na fixación de prezos competitivos en mercados exteriores e as fontes que proporcionan información sobre os prezos da competencia
CA3.4 Determinouse a tendencia dos prezos dun produto durante un número determinado de anos, aplicando técnicas de regresión estatística e taxas de variación previstas
CA3.5 Explicouse o procedemento que se utiliza no cálculo do punto de equilibrio, e interpretouse o seu resultado
CA3.6 Analizáronse as estratexias de prezos e canle de distribución de marcas ou produtos competidores nun determinado mercado
CA3.7 Comparáronse os prezos dun produto ou dunha marca nun determinado mercado cos da competencia, tendo en conta os incoterms correspondentes
CA3.8 Elaboráronse informes sobre a análise da política de prezos, para distintas categorías de produtos que compiten nun determinado establecemento ou nunha canle, en función das variables de estudo (orixe nacional ou internacional, categoría, calidade, etc.), utilizando as ferramentas informáticas

#### 4.4.e) Contidos

Contidos
<p>Métodos de fixación de prezos.</p> <p>Variables determinantes do prezo do produto para a exportación: custos, incoterms, divisas e tipo de cambio, marxes, demanda e competencia.</p> <p>Cálculo do prezo do produto para a exportación a partir do escandallo de custos utilizando diferentes incoterms.</p> <p>Punto morto.</p> <p>Políticas de prezos en mercados exteriores.</p> <p>Estratexias de prezos.</p> <p>Tendencia dos prezos.</p> <p>Informe comparativo de prezos en función de diferentes variables de análise.</p>

#### 4.5.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
5	A distribución no ámbito internacional	20



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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA4 - Selecciona a forma máis adecuada de entrada nun mercado exterior, analizando os factores que definen a estrutura das canles de distribución en mercados internacionais	SI

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

Criterios de avaliación
CA4.1 Diferenciáronse os tipos de canles de distribución internacional
CA4.2 Analizáronse as variables que inflúen nos tipos de canles de distribución internacional
CA4.3 Calculouse o custo para a entrada de produtos nun mercado exterior, considerando as variables que interveñen nunha canle de distribución
CA4.4 Seleccionouse entre varias canles de distribución alternativas aquela que mellore o tempo e os custos
CA4.5 Definiuse unha rede de vendas exterior, propia, allea ou mixta, nunha canle de distribución determinada
CA4.6 Clasificáronse os produtos dunha empresa comercial, en función de criterios de distribución comercial, custos de distribución e vendas
CA4.7 Elaborouse un informe, utilizando aplicacións informáticas, sobre os problemas e as oportunidades dos produtos dunha empresa comercial en distintas canles de distribución

**4.5.e) Contidos**

Contidos
Alternativas para operar en mercados internacionais.
Modos de operación directos, indirectos e mixtos.
Custo de distribución en mercados exteriores.
Selección da canle de distribución.
Rede de vendas exterior, propia, allea ou mixta.
Clasificación dos produtos asociada á forma de distribución destes.

Contidos
Diferenzas a nivel internacional nas canles de distribución.
Informe sobre as alternativas de distribución dos produtos dunha empresa.

**4.6.a) Identificación da unidade didáctica**

N.º	Título da UD	Duración
6	A comunicación no ámbito internacional	20

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA5 - Determina as accións de comunicación comercial máis adecuadas para a entrada nun mercado exterior, avaliando as posibles alternativas de comunicación e promoción internacional	SI

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

Criterios de avaliación
CA5.1 Diferenciáronse os medios, os soportes e as formas de comunicación comercial máis utilizados na práctica comercial internacional
CA5.2 Analizáronse os principais obxectivos e elementos da comunicación comercial con clientela internacional
CA5.3 Aplicáronse as técnicas psicolóxicas no deseño dunha acción de comunicación comercial, tendo en conta as diferenzas culturais internacionais
CA5.4 Analizáronse as diferenzas entre publicidade e promoción no contexto de apertura a mercados exteriores
CA5.5 Seleccionouse o medio de promoción, o contido e a forma da mensaxe promocional, valorando a alternativa de comunicación en liña
CA5.6 Identificáronse os principais elementos dun sitio web comercial ou de información, especificando as súas características
CA5.7 Definíronse e aplicáronse os métodos para a asignación de recursos financeiros e orzamento dunha campaña de comunicación internacional
CA5.8 Analizáronse os obxectivos e os criterios para a asistencia a feiras e eventos internacionais

**Criterios de avaliación**

CA5.9 Analizáronse as vantaxes de utilizar un plan de márketing en liña, para o lanzamento e a difusión de novos produtos

**4.6.e) Contidos**
**Contidos**

Ferramentas de comunicación: tradicionais e dixitais.

Medios, soportes e formas de comunicación comercial na práctica comercial internacional.

Obxectivos e elementos da comunicación comercial con clientela internacional.

Técnicas psicolóxicas no deseño dunha acción de comunicación comercial.

Medios de promoción, contido e forma da mensaxe promocional.

Comunicación en liña.

Métodos para a asignación de recursos financeiros e orzamento dunha campaña de comunicación internacional.

Obxectivos e criterios para a asistencia a feiras e eventos internacionais

Plan de márketing en liña, para o lanzamento e a difusión de novos produtos.

**4.7.a) Identificación da unidade didáctica**

N.º	Título da UD	Duración
7	O plan de márketing internacional	15

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA6 - Elabora un plan de márketing internacional, seleccionando a información de base ou "briefing" de produtos e relacionando entre si as variables de márketing-mix	SI

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

Criterios de avaliación
CA6.1 Identifícaronse as fases de planificación comercial dun plan de márketing internacional
CA6.2 Analizáronse as relacións entre as variables que interveñen no márketing-mix internacional
CA6.3 Describiuse o concepto de "briefing", a súa finalidade e os elementos que o compoñen nun contexto internacional
CA6.4 Realizouse unha análise estatística utilizando as ferramentas informáticas, a partir dun plan de márketing internacional convenientemente caracterizado
CA6.5 Definíronse as estratexias do plan de márketing do produto ou servizo, a partir da información dispoñible do SIM en distintos mercados
CA6.6 Seleccionáronse os datos relacionados cun produto necesarios para elaborar a información de base do produto-marca
CA6.7 Presentouse a información do "briefing", nos soportes e nos idiomas requiridos, de xeito estruturado e de acordo coas especificacións da organización, utilizando as ferramentas informáticas

**4.7.e) Contidos**

Contidos
<p>Internacionalización: motivos, obstáculos e etapas do proceso de internacionalización da empresa.</p> <p>Planificación de márketing: finalidade e obxectivos.</p> <p>Análise da situación: interna e externa; análise DAFO.</p> <p>Estratexias do plan de márketing do produto ou servizo, a partir da información dispoñible no SIM sobre os mercados.</p> <p>?Briefing? do plan de márketing internacional: estrutura e elementos.</p> <p>Orzamento: recursos financeiros, humanos e de tempo.</p> <p>Execución e control do plan de márketing: tradicional e/ou dixital.</p> <p>Análise estatística dun plan de márketing internacional convenientemente caracterizado.</p>

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

Todos os elementos curriculares (resultados de aprendizaxe, criterios de avaliación e bloques de contido asociados) deste módulo son mínimos exigibles e poden ser preguntados nos exames pertinentes.

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.

Os procedementos de avaliación que se van utilizar van ser:

-Probas de coñecementos:

1. Poden consistir en exames escritos con preguntas curtas e/ou a desenvolver, segundo o caso. Tamén poderá haber preguntas tipo test, onde as respostas mal contestadas serán avaliadas negativamente coa metade da puntuación da pregunta se fora contestada de forma correcta. Poden incluír exercicios ou supostos prácticos.

2. Conterán instrucións de realización con indicación de tempos máximos para realizalas e a cualificación máxima por preguntas ou apartados.

3. Para os exames escritos con preguntas a desenvolver ou supostos prácticos empregaranse modelos de solución (padróns) e a súa avaliación será proporcional en función da súa completitude.

A referencia para avaliar será un padrón:

-O modelo de solución, en exercicios ou supostos prácticos, 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.

-Ou ben a contestación a pregunta segundo a explicación dada na clase, se foi unha pregunta curta, ou a teoría solicitada conforme os apuntes expostos na aula virtual ou entregado en forma de fotocopias. A pregunta resposta de forma completa avaliarase co 100% da cualificación, e a pregunta incompleta cunha porcentaxe directamente proporcional ao exposto na pregunta con respecto á totalidade da mesma.

4. Para aprobar estas probas precísase obter como mínimo unha puntuación de 5.

5. Unha proba de coñecementos non realizada inxustificadamente, suporá volvela realizar no período de actividades de recuperación correspondente.

6. 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.

7. En cada período de avaliación parcial (decembro, marzo) este tipo de probas terá un peso do 70% da cualificación obtida.

-Probas de produto:

1. Poden consistir en traballos de investigación, comentarios de lecturas propostas, exposicións de traballos diante do grupo clase, resolución de exercicios prácticos relacionados co tema en cuestión, ...
2. Ás veces, algunhas destas probas de produto serán individuais e, outras veces, serán grupais.
3. Estas probas adaptaránse as instrucións emitidas dende a Xefatura do Departamento de Organización e Xestión Comercial que fan referencia a un método estándar, como é o caso da utilización das normas APA.
4. Estas probas, asimesmo, presentaranse en formato pdf e entregaranse a través da aula virtual, o correo electrónico da profesora, e/ou, segundo o tipo de produto, físicamente, en man, no prazo convenientemente estipulado.
5. As probas de produto: avalíanse con táboas de indicadores (rúbricas). As rúbricas terán catro niveis de logro: completo/excelente 100% da cualificación, intermedio/bo 75%, aceptable (mínimo) 50%, insuficiente de 0%-40%.  
Os indicadores irán en función dos contidos a esixir aos que se sumarán a expresión escrita, presentación, ortografía e creatividade.  
Os indicadores de contido puntuarán como mínimo un 60% da cualificación total do produto.
6. Estas probas serán avaliadas de 1 a 10 con dous decimais. A súa demora suporá unha penalización dun 25% da nota obtida se a mesma é entregada cun día de retraso, un 35% se a demora é de dous días, 45% se a demora é de tres días,...e así sucesivamente.
7. Este tipo de probas serán combinadas (cualificando varios CA na mesma proba), nese caso obterase a cualificación total cualificando a proba globalmente e repartindo a cualificación entre os CA avaliados en función do peso establecido en "axustar avaliación".
8. En cada período de avaliación parcial (decembro, marzo) este tipo de probas terá un peso do 20% da cualificación obtida.

-Probas de desempeño:

1. Participación activa e cooperación nos traballos en grupo, participación activa no desenvolvemento das clases, defensa activa dun traballo segundo as indicacións xerais establecidas pola profesora (comportamento xestual e corporal, mirada ao público, estruturación da exposición,...) que se corresponden cunha boa dinámica expositiva en xeral.
2. A non realización destes desempeños, cando sexan explícitos, implicará unha nota de cero no desempeño en cuestión.
3. Estas probas serán avaliadas de 1 a 10 con dous decimais.
4. Respecto ás probas de desempeño: avaliaranse con táboas de indicadores que incluírán os seguintes bloques: linguaxe non verbal, linguaxe verbal, presentación e creatividade do apoio visual. Haberá escalas como: moi ben, ben, suficiente, insuficiente, respecto aos ítems marcados.
5. Este tipo de probas serán combinadas (cualificando varios CA na mesma proba), nese caso obterase a cualificación total cualificando a proba globalmente e repartindo a cualificación entre os CA avaliados en función do peso establecido en "axustar avaliación".
6. En cada período de avaliación parcial (decembro, marzo) este tipo de probas terá un peso do 10% da cualificación obtida.

A nota final de cada avaliación será de 1 a 10 sen decimais polo que se aproximará por exceso ou defecto en función dos decimais obtidos da fórmula anterior, sendo necesario un 5 para obter a cualificación positiva do módulo.

A nota final do módulo será a media aritmética do obtido nas dúas avaliacións aproximado por defecto ou exceso en función dos decimais obtidos.

Procedemento ante copia no exame: a utilización de apuntes, "chuletas", libros de texto, calculadoras, teléfonos móbiles, smartwatches ou outros medios que non foran autorizados polo profesor ao comezo do exame será considerado copia. A copia en exames suporá a calificación cun 0 (cero) na proba e a expulsión inmediata da aula.

Ningún alumno poderá entrar na aula o día do exame para a súa realización despois de que xa saíra da mesma algún outro alumno que xa o fixera.

No caso de que algún/ha alumno/a teña unha cita médica na mesma data de realización dunha proba escrita, o/a alumno/a mostrará á cita correspondente e presentará o xustificante de asistencia para que poida realizar a proba noutra data.

No caso de que algún/ha alumno/a chegue tarde a unha proba escrita, non terá dereito á realización da devandita proba e deberá presentarse na data establecida para a súa recuperación.

## **6. Procedemento para a recuperación das partes non superadas**

### **6.a) Procedemento para definir as actividades de recuperación**

-As actividades de recuperación desenvolveranse no período de abril a xuño aínda que durante o curso se establecerán para cada avaliación non superada (decembro, marzo) outros períodos de recuperación (xaneiro, marzo). Trátase de que o alumnado aprenda dos propios erros e sexa capaz de corríxilos.

-En cada avaliación trimestral (1ª ou 2ª avaliación) se a nota é inferior a 5 puntos, logo de ter en conta a porcentaxe porcentual de cada unha das probas citadas no apartado 5 da programación, deberá recuperarse esa avaliación a través dunha proba de coñecementos da avaliación en cuestión.

Tarefas do profesorado: O profesorado resolverá todas as dúbidas que se lle prantexen ao alumnado sobre conceptos, procedementos ou resolución de exercicios prácticos relacionados co módulo. Para iso, estruturarase o contido do módulo neses tres meses en función das semanas e as horas de recuperación que se teñan á semana, e en orde á secuencia dos contidos que se desenvolveu durante o período setembro-marzo.

Tarefas do alumnado: Resolución de exercicios prácticos relacionados coas unidades didácticas estudadas, análise de textos propostos, elaboración de documentos,... O alumnado tentará resolver todos aqueles conceptos teóricos e prácticos que non lle quedaron claros durante o período ordinario.

Asemade, o alumno deberá presentarse obrigatoriamente á proba escrita de xuño para superar o módulo. Necesitará para aprobar ter unha nota de 5 ou superior. As actividades desenvolvidas satisfactoriamente

durante o período de recuperación favorecerán o feito de obter unha mellor nota.

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

O alumnado perde a avaliación continua cando ten un 10% de faltas de asistencia sen xustificar ou un 15% xustificadas como máximo.

Elaborarase unha proba combinada que permita cualificar os CA do módulo. Conterá instrucións de realización con indicación de tempos máximos para realizalas e a cualificación máxima por preguntas ou apartados.

A proba será elaborada de xeito que se poidan comprobar obxectivamente as competencias definidas nos RA do módulo correspondente.

As partes xa superadas antes da comunicación da perda da avaliación continua non serán tidas en conta para a nota final do módulo e o alumnado deberá examinarse novamente de todo o contido do módulo.

Este alumnado realizará unha proba escrita de coñecemento que consistirá en preguntas (tipo test ou para desenvolver) de diversas cuestións e/ou na resolución de exercicios prácticos relacionados cos contidos mínimos establecidos na programación. A resolución de exercicios pode incluír a análise dun texto con preguntas e a cumprimentación de documentación.

As preguntas tipo test con respostas incorrectas serán avaliadas negativamente coa metade da puntuación da pregunta en cuestión se fora resposta de forma correcta.

A referencia para avaliar será un padrón:

-O modelo de solución, en exercicios ou supostos prácticos, 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.

-Ou ben a contestación a pregunta segundo a explicación dada na clase, se foi unha pregunta curta; ou a teoría solicitada conforme os apuntes expostos na aula virtual ou entregado en forma de fotocopias. A pregunta resposta de forma completa avaliarase co 100% da cualificación, e a pregunta incompleta cunha porcentaxe directamente proporcional ao exposto na pregunta con respecto á totalidade da mesma.

Esta proba puntuarase sobre 10, tendo que obter unha nota igual ou superior a 5 para aprobar.



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

1. Nas reunións de Departamento mensuais procederase a dar conta do seguimento da programación para ver se se axusta ao plan establecido.

Na aplicación informática a periodicidade do seguimento farase cada 15 días.

De tódolos xeitos, a profesora comprobará, ao remate de cada sesión, o ritmo das clases e tratará de corrixir as desviacións respecto a cronoloxía establecida para así poder dar cumprimento a impartición do módulo.

Hai que dicir que a programación pode verse afectada na súa organización e posta en práctica polas características do grupo e as súas necesidades.

En moitas ocasións, as actividades de aprendizaxe converteranse en actividades do proceso avaliador que permita, con carácter feedback, iniciar medidas correctoras ou ben sobre as propias actividades ou ben sobre o desenvolvemento metodolóxico da unidade tratada nese momento.

2.A avaliación da propia práctica docente consistirá nunha reflexión sobre as competencias de programación, actividades de aula, avaliación e formación. Farémola mediante unha táboa de indicadores con dous niveis de logro: adecuado/a ou necesita mellora.

Así, respecto a:

-Programación: Os indicadores serán a planificación do traballo docente, a programación de unidades didácticas, a programación de actividades e tarefas, e o tratamento da atención á diversidade e da transversalidade.

-Actividades de aula: Os indicadores serán a metodoloxía desenvolvida, a motivación para a aprendizaxe, a potenciación da autonomía no proceso de ensino-aprendizaxe, a coordinación co resto do equipo docente, o clima na aula e resolución de conflitos, o traballo en equipo, as actividades variadas desenvolvidas facendo un papel docente-guía, a utilización dos recursos do contexto para reforzar o proceso de ensino aprendizaxe, a atención á diversidade e a inclusión da transversalidade nas actividades.

-A avaliación: Indicadores como os instrumentos utilizados para facer a avaliación inicial e o seu rexistro, instrumentos utilizados para a avaliación continua e o seu rexistro, o procedemento utilizado para a avaliación final, a coavaliación e autoavaliación, o desenvolvemento das actividades de recuperación, a información proporcionada sobre a avaliación e a cualificación.

-A formación: tendo en conta a formación desenvolvida formal e non formal.

3. Tamén se terá en conta a memoria de fin de curso do ano pasado por se houbera propostas de modificación para o seguinte curso. Así como na memoria dese ano 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

Durante o primeiro mes de curso, se deseñarán instrumentos para a realización da avaliación inicial. Se serán en conta aspectos como a procedencia do alumnado (ámbito laboral, escolar, proba de acceso), absentismo ata a celebración da reunión de avaliación,...

Se desenvolverá un procedemento de observación competencial a través de tarefas concretas na aula, directamente relacionadas coa materia a desenvolver, que permitirá recoller información de todas/algúns das competencias claves 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 desenvolverla 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 humanas.

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.

#### 7. Conciencia e expresións culturais.

Fai referencia á capacidade para apreciar a importancia da expresión a través da música, as artes plásticas e escénicas ou a literatura.

### 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 avaliacións non superadas.

-Se insistirá na realización de exercicios prácticos e na resolución de casos específicos de reforzo, ao tempo que o alumno realizará traballos de investigación e afondamento sobre as partes pendentes de recuperar co seguimento do profesor.

-Se introducirán estratexias e ferramentas que reforcen as competencias clave.

- Se deseñarán actividades secuenciadas que axuden a entender o que se pide.
- O equipo docente se coordinará para tratar o reforzo en competencias clave.

## 9. Aspectos transversais

### 9.a) Programación da educación en valores

No tratamento dos diferentes contidos deste módulo trataranse con especial atención os seguintes temas transversais:

- O fomento dos dereitos humanos.
- A promoción da igualdade de xénero.
- Se reforzará o respecto dos dereitos fundamentais cun claro exemplo como a protección de datos persoais.
- A deontoloxía profesional.
- Os valores democráticos e a mellora da cohesión social.
- O respecto e fomento dos dereitos laborais.
- A loita contra a pobreza e a contribución ao desenvolvemento humano.
- A protección das minorías e do colectivo LGTBIQ.
- O respecto das condicións de competencia.
- No ámbito da transferencia de tecnoloxía o respecto as licenzas e patentes.
- A sustentabilidade como medida da preservación do medio ambiente.
- Identidade dixital: netiqueta.

Se terá en conta o respecto ás seguintes actitudes:

- Manifestar tolerancia cara ás opinións dos demais, utilizando a empatía como forma de comprensión da súa posición e colaborar na resolución de conflitos que poidan darse nas relacións persoais e sociais.
- Respectar e levar a cabo as decisións do equipo de traballo, mediante a participación activa nas actividades comúns.
- Responsabilizarse das accións encomendadas, manifestando rigor na súa planificación e desenvolvemento, pero sabendo tamén modificar a súa intervención e ser flexible cando a situación así o require.
- Adaptarse ao ritmo e evolución das persoas e grupos cos que traballa, respectando o seu desenvolvemento e autonomía.

- Valorar a reflexión e a crítica como instrumentos necesarios para o seu desenvolvemento profesional e para o desenvolvemento das intervencións emprendidas.
- Manifestar interese pola investigación e a formación permanente.

### 9.b) Actividades complementarias e extraescolares

Debido a que neste módulo de Márketing internacional o alumnado adquirirá un coñecemento máis profundo sobre a internacionalización das empresas e a importancia de estar presente no mercado internacional, as actividades complementarias e extraescolares serán moi importantes. Polo tanto, en consonancia cos RAs do módulo, se programan as seguintes actividades complementarias e extraescolares:

- Feira de CONXEMAR en Vigo.
- Asistencia a distintas conferencias, charlas, eventos,...
- Asistencia a unha empresa produtora ou distribuidora a nivel internacional.

## 10.Outros apartados

### 10.1) DISPOÑIBILIDADE DA PROGRAMACIÓN

A programación didáctica deste módulo atoparase a disposición de todos os interesados na Xefatura de Estudos do IES A Guía así como no Departamento de Organización e Xestión Comercial.