IES MIGUEL ROMERO ESTEO – MÁLAGA. DEPARTAMENTO COMERCIO Y MARKETING

Programación del módulo
PROYECTO INTERMODULAR
CURSO 2026/2027

Ciclo formativo: Gestión de Ventas y Espacios Comerciales
Grupo: 2ºGVP
Nº 932
Horas totales: 70
Horas a la semana: 2
Profesor/a: Marina Ordóñez Espinosa
Fecha de Entrega: Octubre 2026
Fecha de revisiones:

Índice de la Programación

COMPETENCIAS: ***3***

Competencia general del título **3**

Unidades de competencia asociadas al módulo. **3**

Competencias profesionales y de empleabilidad. **3**

OBJETIVOS GENERALES ASOCIADOS AL MÓDULO ***5***

Relación de los Objetivos Generales del Ciclo con los Resultados de Aprendizaje. **7**

METODOLOGÍA, MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS UTILIZADOS: ***8***

Orientaciones pedagógicas **8**

Descripción de las actividades de enseñanza y aprendizaje. **8**

Materiales y recursos didácticos. **11**

EVALUACIÓN CRITERIAL DE LAS COMPETENCIAS. ACTIVIDADES, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN: ***1***

Relación de unidades y resultados de aprendizaje: **3**

Actividades, técnicas e instrumentos de evaluación que van a ser usados por el departamento de Comercio y Marketing: **8**

Ponderación de los Resultados de Aprendizaje: **10**

INCORPORACIÓN DE LOS CONTENIDOS DE CARÁCTER TRANSVERSAL AL CURRÍCULO ***12***

MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD Y ALUMNADO CON N.E.A.E. ***13***

ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES RELACIONADAS CON ESTE MÓDULO ***14***

AUTOEVALUACIÓN ***14***

COMPETENCIAS:

Competencia general del título

La **competencia general** del Título de **Técnico Superior en Gestión de ventas y espacios comerciales** consiste en gestionar las operaciones comerciales de compraventa y distribución de productos y servicios, y organizar la implantación y animación de espacios comerciales según criterios de calidad, seguridad y prevención de riesgos, aplicando la normativa vigente.

Unidades de competencia asociadas al módulo.

El módulo se corresponde con las siguientes **unidades de competencia** del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales:

- **UC0501_3:** Establecer la implantación de espacios comerciales.
- **UC0502_3:** Organizar la implantación de productos/servicios en la superficie de venta.
- **UC0503_3:** Organizar y controlar las acciones promocionales en espacios comerciales.
- **UC0504_3:** Organizar y supervisar el montaje de escaparates en el establecimiento comercial.

Competencias profesionales y de empleabilidad.

La formación del módulo permite alcanzar las siguientes **competencias profesionales y de empleabilidad** del título de Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales:

a) Realizar las gestiones necesarias para la constitución y puesta en marcha de una empresa comercial, planificando y gestionando la obtención de los recursos financieros necesarios que procuren la rentabilidad económica y financiera de la empresa.
b) Asistir en la elaboración y seguimiento de las políticas y planes de marketing, analizando las variables de marketing mix para conseguir los objetivos comerciales definidos por la empresa.
c) Planificar y desarrollar acciones de marketing digita, gestionando páginas web y sistemas de comunicación a través de Inte4rnet, para lograr los objetivos de marketing y de la política de comercio electrónico de la empresa.
d) Obtener, analizar y organizar información fiables de los mercados, aplicando técnicas estadísticas y establecer un sistema de información eficaz (SIM), que sirva de apoyo en la definición de estrategias comerciales y en la toma de decisiones de marketing.
e) Organizar y supervisar la implantación de espacios comerciales y el montaje de escaparates, definiendo las especificaciones de diseño y materiales, para conseguir transmitir la imagen de espacio comercial definida que atraiga a los clientes potenciales y lograr los objetivos comerciales establecidos.

f) Organizar y controlar la implantación de productos y/o servicios y el desarrollo de acciones promocionales en espacios comerciales, determinando el surtido y las líneas de actuación de campañas promocionales para conseguir los objetivos comerciales establecidos.
g) Elaborar el plan de ventas y gestionar la comercialización y venta de productos y/o servicios y la atención al cliente, aplicando las técnicas de venta y negociación adecuadas a cada canal de comercialización, para conseguir los objetivos establecidos en el plan de marketing y lograr la satisfacción y fidelización del cliente.
h) Gestionar la fuerza de ventas, realizando la selección, formación, motivación y remuneración de los vendedores, definiendo las estrategias y líneas de actuación comercial y organizando y supervisando los medios técnicos y humanos para alcanzar los objetivos de venta.
i) Realizar y controlar el aprovisionamiento de materiales y mercancías en los planes de producción y de distribución, asegurando la cantidad, calidad, lugar y plazos para cumplir con los objetivos establecidos por la organización y/o clientes.
j) Organizar el almacenaje de las mercancías en las condiciones que garanticen su integridad y el aprovechamiento óptimo de los medios y espacios disponibles, de acuerdo con los procedimientos establecidos.
l) Adaptarse a las nuevas situaciones laborales, manteniendo actualizados los conocimientos científicos, técnicos y tecnológicos relativos a su entorno profesional, gestionando su formación y los recursos existentes en el aprendizaje a lo largo de la vida y utilizando las tecnologías de la información y la comunicación.
m) Resolver situaciones, problemas o contingencias con iniciativa y autonomía en el ámbito de su competencia, con creatividad, innovación y espíritu de mejora en el trabajo personal y en el de los miembros del equipo.
n) Organizar y coordinar equipos de trabajo con responsabilidad, supervisando el desarrollo del mismo, manteniendo relaciones fluidas y asumiendo el liderazgo, así como aportando soluciones a los conflictos grupales que se presenten.
ñ) Comunicarse con sus iguales, superiores, clientes y personas bajo su responsabilidad, utilizando vías eficaces de comunicación, transmitiendo la información o conocimientos adecuados y respetando la autonomía y competencia de las personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.
o) Generar entornos seguros en el desarrollo de su trabajo y el de su equipo, supervisando y aplicando los procedimientos de prevención de riesgos laborales y ambientales, de acuerdo con lo establecido por la normativa y los objetivos de la empresa.
p) Supervisar y aplicar procedimientos de gestión de calidad, de accesibilidad universal y de «diseño para todos», en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.
q) Realizar la gestión básica para la creación y funcionamiento de una pequeña empresa y tener iniciativa en su actividad profesional con sentido de la responsabilidad social.
r) Ejercer sus derechos y cumplir con las obligaciones derivadas de su actividad profesional, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente, participando activamente en la vida económica, social y cultural.

OBJETIVOS GENERALES ASOCIADOS AL MÓDULO

La formación del módulo se relaciona con todos los **objetivos generales** del ciclo formativo:

a) Conocer y valorar las fuentes y productos financieros disponibles, tales como créditos, préstamos y otros instrumentos financieros, así como las posibles subvenciones y seleccionar los más convenientes para la empresa, analizando la información contable y evaluando los costes, riesgos, requisitos y garantías exigidas por las entidades financieras, para obtener los recursos financieros necesarios que se requieren en el desarrollo de la actividad.

b) Elaborar informes de base y briefings, analizando y definiendo las diferentes estrategias comerciales de las variables de marketing mix, para asistir en la elaboración y seguimiento de las políticas y planes de marketing.

c) Utilizar las nuevas tecnologías de la comunicación a través de Internet, construyendo, alojando y manteniendo páginas web corporativas y gestionando los sistemas de comunicación digitales, para planificar y realizar acciones de marketing digital.

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

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

f) Determinar los elementos exteriores e interiores que permitan conseguir la imagen y los objetivos comerciales deseados, para organizar y supervisar la implantación de espacios comerciales.

g) Definir las especificaciones de diseño y materiales que consigan transmitir la imagen corporativa de la empresa o de la marca, para organizar y supervisar el montaje de escaparates de espacios comerciales.

h) Determinar la amplitud y profundidad del surtido y su ubicación en la superficie de venta, asignando recursos materiales y humanos según criterios de eficacia, para organizar y controlar la implantación de productos y/o servicios.

i) Determinar el plan de campañas promocionales, seleccionando y formando recursos humanos, para organizar y controlar el desarrollo de acciones promocionales en espacios comerciales.

j) Definir los argumentarios de venta y las líneas de actuación comercial, analizando la información procedente de los clientes, la red de ventas, el briefing del producto y el sistema de información de mercados, para elaborar el plan de ventas.

k) Negociar y cerrar contratos de compraventa con clientes, utilizando técnicas de venta adecuadas y prestando al cliente un servicio de calidad, para gestionar la comercialización y venta de productos y/o servicios y la atención al cliente.

l) Dimensionar el equipo de ventas, fijando los criterios de selección, formación, motivación y remuneración de los vendedores, liderando y organizando al equipo y estableciendo las medidas de seguimiento y control de su actuación comercial, para gestionar la fuerza de ventas.

m) Analizar las necesidades de materiales y de recursos necesarios en los planes de producción y distribución y programar los flujos de materiales y productos ajustándose a los objetivos, plazos y calidad del proceso para realizar y controlar el aprovisionamiento de materiales y mercancías.

n) Analizar los procesos de almacenaje y los métodos de gestión de stocks aplicables en la organización de un almacén, valorando la distribución interna y el sistema de manipulación de las mercancías y aplicando la normativa vigente en materia de seguridad e higiene, garantizando su integridad y optimizando los recursos disponibles, para organizar el almacenaje de las mercancías.

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

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

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

r) Desarrollar técnicas de liderazgo, motivación, supervisión y comunicación en contextos de trabajo en grupo, para facilitar la organización y coordinación de equipos de trabajo.
s) Aplicar estrategias y técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a la finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia en los procesos de comunicación.

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

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

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

w) 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.

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

Relación de los Objetivos Generales del Ciclo con los Resultados de Aprendizaje.

Objetivo General	RA 1	RA 2	RA 3	RA 4
a)	X	X	X	
b)		X		X
c)		X	X	
d)	X	X		
e)	X	X		
f)		X	X	
g)		X	X	
h)		X	X	
i)		X	X	X
j)		X	X	
k)			X	X
l)		X	X	X
m)		X	X	X
n)		X	X	
o)	X	X		
p)	X	X	X	
q)	X	X	X	X
r)		X	X	X
s)		X	X	X
t)	X		X	
u)		X	X	
v)		X		X
w)	X	X	X	X
x)	X		X	

METODOLOGÍA, MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS UTILIZADOS:

La metodología didáctica integrará los aspectos científicos, tecnológicos y organizativos que en cada caso correspondan, con el fin de que el alumnado adquiera una visión global de los procesos propios de la actividad profesional.

Orientaciones pedagógicas

Este módulo profesional complementa la formación establecida para el resto de los módulos profesionales que integran el título en las funciones de análisis del contexto, diseño del proyecto y organización de la ejecución.

- La función de análisis del contexto incluye las subfunciones de recopilación de información, identificación de necesidades y estudio de viabilidad.
- La función de diseño del proyecto tiene como objetivo establecer las líneas generales para dar respuesta a las necesidades planteadas concretando los aspectos relevantes para su realización.
- Incluye las subfunciones de definición del proyecto, planificación de la intervención y elaboración de la documentación.
- La función de organización de la ejecución incluye las subfunciones de programación de actividades, gestión de recursos y supervisión de la intervención.

Las actividades profesionales asociadas a estas funciones se desarrollan en el sector del comercio y marketing.

Descripción de las actividades de enseñanza y aprendizaje.

El módulo profesional se desarrollará de forma simultánea y coordinada con el resto de módulos. Dada la naturaleza del mismo, es un módulo no dualizable. La tutorización del proyecto y su fase de presentación, valoración y evaluación será realizada por el profesorado con atribución docente en el mismo.

El departamento de la familia profesional de Comercio y Marketing determina, en el marco del proyecto educativo, los proyectos que se propondrán para su desarrollo por el alumnado. A tal fin se entregará un guion de referencia al alumnado.

Los proyectos también podrán ser propuestos por los propios alumnos y alumnas, en cuyo caso, se requerirá la aceptación del departamento de la familia profesional correspondiente.

Cuando la propuesta de proyecto sea realizada por el alumnado, se seguirá el siguiente procedimiento:

a) El alumno, alumna o grupo de ellos, presentará una propuesta que contenga la descripción del proyecto que pretende realizar en la fecha estipulada y previamente comunicada para ello.
b) La profesora valorará la propuesta y decidirá sobre su aceptación en el plazo transcurrido entre dos sesiones (mínimo, una semana), teniendo en cuenta, al menos, su adecuación a los contenidos abordados en el ciclo formativo y la posibilidad de realización efectiva del proyecto en los plazos existentes.
c) Cuando la propuesta no haya sido aceptada, el alumno o alumna dispondrá de un único plazo de siete días para introducir las modificaciones oportunas o presentar una nueva propuesta de proyecto.
d) A los alumnos que no hayan propuesto ningún proyecto, o cuando éste haya sido rechazado, la profesora a cargo del módulo les asignará uno.

El guion del proyecto que tienen que desarrollar los alumnos y alumnas es el siguiente:

0. Portada y presentación

Nombre del proyecto/empresa, logotipo
Autor/es, fecha, centro educativo/curso

1. Resumen ejecutivo

(se redacta el último, aunque va primero en el documento)
Idea de negocio en una frase
Razón social. Localización física. Tienda online.
Producto/servicio, mercado objetivo y propuesta de valor
Inversión necesaria y previsión de resultados a grandes rasgos

2. Presentación de la idea de negocio

2.1. Origen y justificación de la idea
2.2. Descripción del producto/servicio. Necesidad que cubre / problema que resuelve
2.3. Misión, visión y valores de la empresa
2.4. Identidad corporativa: colores y tipografías, marca, slogan, logotipo y packaging. Moodboard.

3. Los promotores

3.1. Perfil profesional y personal de cada socio/a
3.2. Motivaciones para emprender
3.3. Reparto de tareas y responsabilidades

4. Análisis del entorno y del mercado

(Imprescindible usar y nombrar fuentes de información confiables y contrastables para el desarrollo de este apartado)
4.1. Análisis del macroentorno (PESTEL)
4.2. Análisis del sector y la competencia (5 fuerzas de Porter). Tabla de competidores/empresas del sector: empresa, tipo, caract4erísticas organizativas, producto/servicio, posicionamiento y rasgos principales.
4.3. Estudio del cliente potencial (perfil, hábitos de compra, necesidades)
4.4. Análisis DAFO y CAME
4.5. Investigación comercial
    4.5.1. Encuesta para determinar el grado de aceptación del producto
    4.5.2. Ficha técnica de la encuesta.

4.5.3. Resultado de la encuesta.

5. Plan de marketing

5.1. Objetivos del Plan de Marketing
5.2. Segmentación y público objetivo. Buyer persona.
5.3. Producto (características, gama, …)
5.4. Precio (política de precios, márgenes)
5.5. Distribución (canales, ubicación, punto de venta)
5.6. Comunicación (publicidad, RRSS, promoción, fidelización, SEO/SEM).
5.6.1. Cronograma de acciones de marketing offline y online. Desarrollo gráfico de una acción.
5.7. Previsión de ventas

6. Plan de operaciones

6.1. Localización y descripción del local/espacio comercial. Justificación.
6.1.1. Croquis del establecimiento.
6.1.2. Zonas frías y calientes.
6.2. Layout y distribución del espacio de venta (secciones).
6.2.1. Justificación de la implantación.
6.2.2. Técnicas de animación de puntos fríos.
6.2.3. Tipos de mobiliario.
6.2.4. Cronograma del escaparate. Diseño, análisis y presupuesto de un escaparate.
6.3. Tienda online: estructura del catálogo, ficha de producto, proceso de compra, envíos y devoluciones.
6.4. Proceso de aprovisionamiento y gestión de proveedores
6.5. Gestión de stock e inventario
6.6. Proceso de venta y atención al cliente
6.7. Plan de puesta en marcha: secuencia de actividades, responsables, recursos materiales y humanos, temporalización y documentación necesaria.

7. Plan de organización y recursos humanos

7.1. Estructura organizativa (organigrama)
7.2. Puestos de trabajo, funciones y perfiles. Ficha de puesto y profesiograma.
7.3. Formación necesaria para el equipo de ventas.
7.4. Objetivos de venta, evaluación y control.

8. Forma jurídica y trámites

8.1. Elección de la forma jurídica (justificación)
8.2. Trámites de constitución (Hacienda, Seguridad Social, Ayuntamiento)
8.3. Licencias y permisos específicos del sector
8.4. Obligaciones fiscales y laborales.
8.5. Prevención de riesgos laborales. Principales riesgos asociados, medidas preventivas y equipos/medios necesarios.

9. Plan económico-financiero

9.1. Plan de inversión inicial
9.2. Plan de financiación (propia y ajena)
9.3. Ayudas y subvenciones.
9.4. Presupuesto de gastos.
9.5. Cuenta de resultados provisional (año 1) doble escenario (normal/pesimista).
9.5.1. Proyección de ingresos y % de crecimiento (año 2-3).
9.6. Punto de equilibrio y valoración de viabilidad.

10. Procedimientos para el seguimiento y control

10.1. Sistema de seguimiento, evaluación y comprobación del cumplimiento de los requisitos del proyecto
10.2. Indicadores de calidad y participación del cliente
10.3. Gestión de incidencias, desviaciones y cambios
10.4. Documentación de seguimiento y control

11. Conclusiones

11.1. Valoración de la viabilidad global del proyecto

12. Bibliografía y webgrafía

Bibliografía y webgrafía

13. Anexos

Documentación de apoyo (encuestas, presupuestos, planos, logotipo, etc.)

Materiales y recursos didácticos utilizados.

En el desarrollo de las actividades de enseñanza-aprendizaje, se hará uso de diferentes materiales y recursos didácticos:

- Plataforma Moodle centros.
- Ordenador del profesorado con dispositivo de proyección y acceso a Internet.
- Ordenadores alumnado con acceso a Internet.
- Acceso a Internet y aplicaciones informáticas adecuadas para la elaboración de los distintos apartados del proyecto.

Todos los materiales y recursos se centralizarán en el aula virtual de Moodle organizándose en unidades para cada uno de los diferentes apartados.

EVALUACIÓN CRITERIAL DE LAS COMPETENCIAS. ACTIVIDADES, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN:

En las siguientes tablas se desarrolla el sistema de evaluación de esta programación, dentro del marco legal de la **ORDEN de 18 de septiembre de 2025, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía.**

Se establecerán tres tipos de evaluación:

- Evaluación inicial: Reflejará la situación de partida del alumnado y quedará recogido en Séneca. En este año cobrará especial atención detectar el alumnado con brecha digital.
- Dos sesiones de evaluación parcial: Indicará si se están alcanzando los objetivos educativos, y si hay que introducir correcciones. Se realizará trimestralmente.
- Dos evaluaciones finales: Recogerá la situación alcanzada tras las actividades propuestas al finalizar el curso escolar. También recogerá el resultado final de los R.A.

La calificación de la última evaluación previa a la evaluación final FP informará del resultado final del módulo, entendiéndose que una calificación positiva conlleva la superación de todos los resultados de aprendizaje y por consiguiente la superación del módulo.

Tal y como establece el artículo 2.4 de la citada Orden, en virtud de lo establecido del artículo 27.5 y 27.6 del Decreto 147/2025, de 17 de septiembre, en la modalidad presencial y en la parte presencial de la modalidad semipresencial, la **evaluación continua de los aprendizajes requerirá la asistencia regular y obligatoria, tanto en el centro como en la fase de formación en empresa u organismo equiparado, de al menos el 80% de la duración total del módulo, ámbito o proyecto, a partir de la fecha en la que el alumnado se haya matriculado.**

Así mismo, el artículo 2.5 de la citada Orden establece que en caso de pérdida de derecho de evaluación continua en uno o varios módulos, el alumnado tendrá derecho a la realización de las pruebas objetivas que el equipo docente responsable considere oportunas, conforme a los criterios de evaluación que estén asociados a los resultados de aprendizaje no superados, a lo incluido en la correspondiente programación didáctica y en el proyecto educativo del centro.

Cuando los resultados de aprendizaje se adquieran tanto en el centro docente como en la empresa u organismo equiparado, la evaluación será responsabilidad del personal docente o, en su caso, de la persona experta. En este último supuesto, la

evaluación se llevará a cabo conjuntamente con la persona titular de la jefatura de departamento correspondiente o la persona titular de la dirección del centro. La persona encargada de la tutoría dual de empresa colaborará en la evaluación mediante la valoración cualitativa de las actividades desarrolladas en la empresa u organismo equiparado vinculadas a los resultados de aprendizaje que se hayan trabajado conjuntamente entre centro de formación y la empresa u organismo equiparado.

Para poder realizar la formación en empresa, el alumnado debe de haber superado los resultados de aprendizaje correspondientes a la prevención de riesgos laborales, así como los relativos al módulo de Itinerario Personal para la Empleabilidad I.

De acuerdo con la orden 18/09/2025 de Evaluación en su disposición transitoria primera, El alumnado de segundo que repita curso o haya promocionado con módulos pendientes de primer curso dispondrá hasta la finalización del curso escolar 2026/2027 para completar los estudios iniciados en el marco del Real Decreto 1147/2011, de 29 de 00326109 julio, pudiendo emplear este último curso escolar exclusivamente para cursar los módulos de Formación en Centros de Trabajo y, en su caso, proyecto.

Los módulos de Formación en Centros de Trabajo o, en su caso, Proyecto, que atenderán a lo establecido en la Orden de 28 de septiembre de 2011, por la que se regulan los módulos de Formación en Centros de Trabajo y de proyecto para el alumnado matriculado en centros docentes de la Comunidad Autónoma de Andalucía.

Relación de unidades y resultados de aprendizaje:

UNIDAD	Nombre	Resultado de aprendizaje	Criterios de evaluación	Observaciones
1ª EVALUACIÓN				
1	La idea de negocio y los promotores	RA1	d) e) f) i)	
2	Análisis del entorno y del mercado	RA1 RA2	a) c) a)	
3	Plan de marketing	RA2	c) d) h)	
4	Plan de operaciones	RA2 RA3	b) a) b) d) f) h)	
2ª EVALUACIÓN				
5	Plan de organización y recursos humanos	RA1 RA2	b) e)	
6	Formas jurídicas y trámites de constitución	RA1 RA3	g) c) e)	
7	Plan económico-financiero	RA1 RA2 RA3	h) f) g) g)	
3ª EVALUACIÓN				
8	Procedimientos para el seguimiento y control	RA2 RA4	i) a) b) c) d) e) f) g)	
Defensa y exposición final del proyecto – actividad final transversal / instrumento de evaluación				

R.A.1. Identifica necesidades del sector productivo, relacionándolas con proyectos tipo que las puedan satisfacer				
Criterios de evaluación		**Unidad**	**% Eval**	**Actividades/Instrumentos de evaluación**
a)	Se han clasificado las empresas del sector por sus características organizativas y el tipo de producto o servicio que ofrecen	2	4%	Presentación del proyecto
c)	Se han identificado las necesidades más demandadas a las empresas.		4%	
b)	Se han caracterizado las empresas tipo, indicando la estructura organizativa y las funciones de cada departamento.	5	3%	
d)	Se han valorado las oportunidades de negocio previsibles en el sector.	1	2%	
e)	Se han identificado el tipo de proyecto requerido para dar respuesta a las demandas previstas		2%	
f)	Se han determinado las características específicas requeridas en el proyecto		2%	
i)	Se ha elaborado el guion de trabajo que se va a seguir para la elaboración del proyecto		2%	
g)	Se han determinado las obligaciones fiscales, laborales y de prevención de riesgos y sus condiciones de aplicación	6	3%	
h)	Se han identificado posibles ayudas o subvenciones para la incorporación de las nuevas tecnologías de producción o de servicio que se proponen.	7	4%	

2.1. Origen y justificación de la idea
2.2. Descripción del producto/servicio. Necesidad que cubre / problema que resuelve
2.3. Misión, visión y valores de la empresa
2.4. Identidad corporativa: colores y tipografías, marca, slogan, logotipo y packaging. Moodboard.
3.1. Perfil profesional y personal de cada socio/a
3.2. Motivaciones para emprender
3.3. Reparto de tareas y responsabilidades
4.2. Sector y competencia. Tabla de competidores/empresas del sector.
4.3. Estudio del cliente potencial (perfil, hábitos de compra, necesidades)
4.5. Investigación comercial
- 4.5.1. Encuesta para determinar el grado de aceptación del producto
- 4.5.2. Ficha técnica de la encuesta.
- 4.5.3. Resultado de la encuesta.

7.1. Estructura organizativa (organigrama)
7.2. Puestos de trabajo, funciones y perfiles. Ficha de puesto y profesiograma
8.4. Obligaciones fiscales y laborales.
8.5. Prevención de riesgos laborales. Principales riesgos asociados, medidas preventivas y equipos/medios necesarios.
9.3. Ayudas y subvenciones (digitalización/tecnología y otra/s)

Evaluación: 1ª – 2ª evaluación	**Objetivos generales: a,d,e,o,p,q,t,w,x**

R.A.2. Diseña proyectos relacionados con las competencias expresadas en el título, incluyendo y desarrollando las fases que lo componen				
Criterios de evaluación		**Unidad**	**% Eval**	**Actividades/Instrumentos de evaluación**
a)	Se ha recopilado información relativa a los aspectos que van a ser tratados en el proyecto.	2	4%	Presentación del proyecto
b)	Se ha realizado el estudio de viabilidad técnica del mismo.	4	3,5%	
c)	Se han identificado las fases o partes que componen el proyecto y su contenido.	3	4%	
d)	Se han establecido los objetivos que se pretenden conseguir, identificando su alcance.		4%	
h)	Se ha definido y elaborado la documentación necesaria para su diseño		4%	
i)	Se han identificado los aspectos que se deben controlar para garantizar la calidad del proyecto.	8	2%	
e)	Se han previsto los recursos materiales y personales necesarios para realizarlo.	5	3%	
f)	Se ha realizado el presupuesto económico correspondiente.	7	4%	
g)	Se han identificado las necesidades de financiación para la puesta en marcha del mismo.		4%	

4.1. Análisis del macroentorno (PESTEL)
4.4. Análisis DAFO y CAME
5.1. Objetivos del Plan de Marketing
5.2. Segmentación y público objetivo. Buyer persona.
5.3. Producto (características, gama, …)
5.4. Precio (política de precios, márgenes)
5.5. Distribución (canales, ubicación, punto de venta)
5.6. Comunicación (publicidad, RRSS, promoción, fidelización, SEO/SEM).
5.6.1. Cronograma de acciones de marketing offline y online. Desarrollo gráfico de una acción.
5.7. Previsión de ventas
6. Plan de operaciones (6.1.-6.7)
7.1. Estructura organizativa (organigrama)
7.2. Puestos de trabajo, funciones y perfiles. Ficha de puesto y profesiograma.
7.3. Formación necesaria para el equipo de ventas.
7.4. Objetivos de venta, evaluación y control
9.1. Plan de inversión inicial
9.2. Plan de financiación (propia y ajena)
9.4. Presupuesto de gastos.
9.5. Cuenta de resultados provisional (año 1) doble escenario (normal/pesimista).
9.5.1. Proyección de ingresos y % de crecimiento (año 2-3).
- Aspectos a controlar para garantizar el proyecto.

Evaluación: 1ª, 2ª y 3ª evaluación	**Objetivos generales:** Todos menos k, t, x

R.A.3. Planifica la ejecución del proyecto, determinando el plan de intervención y la documentación asociada.				
Criterios de evaluación		**Unidad**	**% Eval**	**Actividades/Instrumentos de evaluación**
a)	Se han secuenciado las actividades ordenándolas en función de las necesidades de desarrollo.	4	3,5%	Presentación del proyecto
b)	Se han determinado los recursos y la logística necesaria para cada actividad.		3,5%	
d)	Se han determinado los procedimientos de actuación o ejecución de las actividades.		3,5%	
f)	Se ha planificado la asignación de recursos materiales y humanos y los tiempos de ejecución.		3,5%	
h)	Se ha definido y elaborado la documentación necesaria para la ejecución.		3,5%	
c)	Se han identificado las necesidades de permisos y autorizaciones para llevar a cabo las actividades.	6	3%	
e)	Se han identificado los riesgos inherentes a la ejecución, definiendo el plan de prevención de riesgos laborales y los medios y equipos necesarios.		3%	
g)	Se ha hecho la valoración económica que da respuesta a las condiciones de su puesta en práctica.	7	4%	

6.1. Localización y descripción del local/espacio comercial. Justificación.
- 6.1.1. Croquis del establecimiento.
- 6.1.2. Zonas frías y calientes.

6.2. Layout y distribución del espacio de venta (secciones).
- 6.2.1. Justificación de la implantación.
- 6.2.2. Técnicas de animación de puntos fríos.
- 6.2.3. Tipos de mobiliario.
- 6.2.4. Cronograma del escaparate. Diseño, análisis y presupuesto de un escaparate.

6.3. Tienda online: estructura del catálogo, ficha de producto, proceso de compra, envíos y devoluciones.
6.4. Proceso de aprovisionamiento y gestión de proveedores
6.5. Gestión de stock e inventario
6.6. Proceso de venta y atención al cliente
6.7. Plan de puesta en marcha.
8.2. Trámites de constitución (Hacienda, Seguridad Social, Ayuntamiento)
8.3. Licencias y permisos específicos del sector
8.5. Prevención de riesgos laborales. Principales riesgos asociados, medidas preventivas y equipos/medios necesarios
9.1. Plan de inversión inicial
9.2. Plan de financiación (propia y ajena)
9.3. Ayudas y subvenciones.
9.4. Presupuesto de gastos.
9.5. Cuenta de resultados provisional (año 1) doble escenario (normal/pesimista).
- 9.5.1. Proyección de ingresos y % de crecimiento (año 2-3).

9.6. Punto de equilibrio y valoración de viabilidad.

Evaluación: 2ª – 3ª evaluación	**Objetivos generales:** Todos menos b,c,d,o,v

R.A.4. Define los procedimientos para el seguimiento y control en la ejecución del proyecto, justificando la selección de variables e instrumentos empleados.				
Criterios de evaluación		**Unidad**	**% Eval**	**Actividades/Instrumentos de evaluación**
a)	Se ha definido el procedimiento de evaluación de las actividades o intervenciones.	8	2%	Presentación del proyecto
b)	Se han definido los indicadores de calidad para realizar la evaluación.		2%	
c)	Se ha definido el procedimiento para la evaluación de las incidencias que pueden presentarse durante la realización de las actividades, su posible solución y registro.		2%	
d)	Se ha definido el procedimiento para gestionar los posibles cambios en los recursos y en las actividades, incluyendo el sistema de registro de los mismos.		2%	
e)	Se ha definido y elaborado la documentación necesaria para la evaluación de las actividades y del proyecto.		2%	
f)	Se ha establecido el procedimiento para la participación en la evaluación de los usuarios o clientes y se han elaborado los documentos específicos.		2%	
g)	Se ha establecido un sistema para garantizar el cumplimiento del pliego de condiciones del proyecto cuando este existe.		2%	
10.1. Sistema de seguimiento, evaluación y comprobación del cumplimiento de los requisitos del proyecto 10.2. Indicadores de calidad y participación del cliente 10.3. Gestión de incidencias, desviaciones y cambios 10.4. Documentación de seguimiento y control				
Evaluación: 3ª evaluación		**Objetivos generales:** b,i,k,l,m,q,r,s,v,w		

Actividades, técnicas e instrumentos de evaluación que van a ser usados por el departamento de Comercio y Marketing:

En las tablas siguientes se señalan en color azul las actividades, técnicas e instrumentos de evaluación previstos con carácter general para el desarrollo del módulo. No obstante, esta selección podrá ser complementada o, cuando resulte necesario, sustituida por otros procedimientos o instrumentos de evaluación, en función de las características de las actividades planteadas, de las necesidades del alumnado o de la necesidad de obtener evidencias suficientes y adecuadas para valorar el grado de adquisición de los resultados de aprendizaje y criterios de evaluación correspondientes.

Actividad de evaluación	**Técnicas de evaluación**	**Instrumentos de evaluación**
Prueba escrita	Escrita	Plantilla corrección
Caso práctico	Ejecución práctica	Rúbricas
Exposición oral	**Observación**	**Guía de Evaluación**
Trabajo	**Ejecución oral**	**Observación**
Examen	Escrita	Solucionario

MEDIOS	**Escritos** Ensayo Examen Foro virtual Carpeta o dossier Memoria Carpeta colaborativa Monografía Control (examen) Informe Cuaderno de campo Diario reflexivo diario de clase Cuestionario Estudio de casos Portafolio Poster **Proyecto** Prueba objetiva Recensión Test de diagnóstico Trabajo escrito	**Orales** **Exposición** Discusión grupal Mesa redonda Pregunta de clase Debate **Ponencia** **Presentación oral** **Comunicación** **Cuestionario oral**	**Prácticos** Práctica supervisada Demostración, actuación o representación Role-playing

TÉCNICAS	**El estudiante NO interviene** • Análisis documental y de producciones: revisión trabajos individuales y grupales • Observación: directa del estudiante y del grupo, sistemática, análisis de grabación de audio o video.	**El estudiante participa** • Evaluación compartida o colaborativa (entrevista entre profesor y estudiantes) • Autoevaluación (autorreflexión y/o el análisis documental). • Evaluación entre pares (análisis documental y/o la observación).
Instrumentos	Diario del profesor Escala de comprobación Escala de diferencial semántico **Escala verbal o numérica** **Escala descriptiva o rúbrica** Escala de estimación Ficha de observación **Lista de control** Matrices de decisión **Fichas de seguimiento individual o grupal** Fichas de autoevaluación Fichas de evaluación entre iguales Informe de expertos Informe de autoevaluación	

Ponderación de los Resultados de Aprendizaje:

RESULTADO DE APRENDIZAJE	% MÓDULO	OBLIGATORIO	HORAS PREVISTAS	FORMACIÓN(*)
R.A.1. Identifica necesidades del sector productivo, relacionándolas con proyectos tipo que las puedan satisfacer	26%	SÍ	18	DC
R.A.2. Diseña proyectos relacionados con las competencias expresadas en el título, incluyendo y desarrollando las fases que lo componen	32,5%	SÍ	23	DC
R.A.3. Planifica la ejecución del proyecto, determinando el plan de intervención y la documentación asociada	27,5%	SÍ	19	DC
R.A.4. Define los procedimientos para el seguimiento y control en la ejecución del proyecto, justificando la selección de variables e instrumentos empleados	14%	SÍ	10	DC
TOTALES	100%		70	

Leyenda:

PFI- Plan de Formación Inicial en el Centro.
PFPD- Plan de FP DUAL.
DC - Docencia en el Centro de Estudios.

La calificación de la última evaluación previa a la evaluación final FP informará del resultado final del módulo, entendiéndose que una calificación positiva conlleva la superación de todos los resultados de aprendizaje y por consiguiente la superación del módulo.

ACTIVIDADES DE RECUPERACIÓN Y MEJORA DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS EN LA EVALUACIÓN PREVIA A LA EVALUACIÓN FINAL FP.

En este apartado se recogen el procedimiento para aquellos alumnos/as que no hayan conseguido superar las competencias y resultados de aprendizaje para una evaluación positiva. Se elaborará un informe con los RRAA y las actividades no superadas y se entregará junto con el boletín de calificaciones a través de SÉNECA.

Dada la naturaleza eminentemente práctica y centrada en el proyecto, las actividades de refuerzo y mejora irán encaminadas a realizar y presentar dicho proyecto atendiendo al guion establecido.

El periodo previsto para realizar las actividades se realizará en las fechas entre la primera y segunda evaluación final. En este periodo, se explicarán y reforzarán las partes del proyecto pendientes y se establecerá un horario para exposiciones del mismo.

INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN DESTINADOS AL ALUMNADO QUE HAYA PERDIDO EL DERECHO A EVALUACIÓN CONTINUA

El porcentaje de faltas de asistencia, justificadas e injustificadas, que originan la **imposibilidad de aplicación de los instrumentos de evaluación ordinaria** se establece en el 20% del total de horas lectivas de todo el curso de la materia o módulo, según queda recogido en el Plan de Centro.

El alumnado que supere estos límites tendrá una evaluación alternativa según se explica en el apartado anterior. Consistente en la ejecución y presentación del proyecto el cual se realizará en el periodo entre la primera y la segunda evaluación final (junio 2027).

INCORPORACIÓN DE LOS CONTENIDOS DE CARÁCTER TRANSVERSAL AL CURRÍCULO

Los temas transversales estarán íntimamente vinculados a nuestra labor diaria como docente en la formación del alumnado. De esta forma se trabajará en:

- Fomentar el emprendimiento y la innovación
- Conocimiento de la normativa vigente aplicada al contenido del módulo profesional.,
- Fomento de la lectura y la expresión oral y escrita.
- Uso de las TIC
- La prevención y resolución pacífica de conflictos y valores que sustentan la democracia y los derechos humanos.
- Promover una sociedad libre, tolerante y justa que defienda los valores y principios de la libertad, el pluralismo, los derechos humanos y la legalidad.
- Defender la igualdad efectiva entre hombres y mujeres y la prevención de la violencia de género y de los valores inherentes al principio de igualdad de trato y no discriminación por cualquier condición o circunstancia personal o social.
- Respetar la normativa de Seguridad e Higiene en el trabajo.
- Respetar el medio ambiente.
- Promover el consumo responsable.
- Profundizar en el conocimiento de la Cultura Andaluza (artículo 40, Ley 17/2007 de Educación de Andalucía).

El día a día en la relación entre el alumnado, así como la realización de las actividades, tareas y trabajos, propiciarán situaciones susceptibles para formar al alumnado en los contenidos transversales.

La educación es clave para la transformación de la sociedad, el docente debe trabajar para formar a personas activas con autoconfianza, curiosas, emprendedoras e innovadoras, deseosas de participar en la sociedad a la que pertenecen creando valor individual y colectivo.

MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD Y ALUMNADO CON N.E.A.E.

Tras la evaluación inicial y siguiendo las recomendaciones del departamento de Orientación, se implementarán algunas de las siguientes medidas propuestas, con el fin de atender a los diferentes ritmos de aprendizaje, se flexibilizarán determinadas entregas de actividades, y se realizará mayor hincapié en la organización y temporalización de aquel alumnado que presente dificultades tanto respecto a contenidos esenciales del módulo como a la carencia de habilidades tecnológicas.

En el artículo 3 de la orden 18/09/2025 se establece que:

g) La adecuación de las actividades formativas y de los procedimientos de evaluación cuando el ciclo formativo o curso de especialización vaya a ser cursado por alumnado que presente discapacidad o cualquier otra necesidad específica de apoyo educativo o formativo, conforme a lo establecido en el artículo 2.10 de esta orden.
h) La incorporación de ajustes razonables específicos para el alumnado con discapacidad o cualquier otra necesidad específica de apoyo educativo o formativo en relación con el acceso al currículo.

Para estos alumnos se determinan las siguientes medidas generales:

- Tipos de actividades y tareas
  - Actividades de refuerzo educativo diferentes a las del resto.
  - Proporcionar al alumno/a las mismas actividades que al resto, pero adaptadas (simplificar enunciados).

- Formas de acceso a la información.
  - Se proporcionará la información al alumno/a atendiendo al canal de procesamiento preferente (visual, auditivo...). Esto se puede concretar en lo siguiente:
    - Utilización de "apoyo visual" para complementar las explicaciones y facilitar la compresión (imágenes, esquemas, mapas conceptuales, pictogramas, organizadores de contenido...)
    - Incorporación en Moodle de pequeños audios de voz que resumen lo explicado en clase para permitir al alumno/a su reproducción en casa.
    - Incorporación en Moodle de videos que ayuden a clarificar los conceptos trabajados

- Recursos didácticos
  - Aquellas medidas recogidas como "formas de acceso a la información" en el apartado anterior (apoyo visual, vídeos y/o audios en Moodle....)
  - Agrupamientos, distribución de espacios y tiempos.
  - Tutoría entre iguales: seguimiento y apoyo por parte de un compañero/a competente.
  - Más tiempo para la realización de las tareas.

- Instrumentos de evaluación.
  - Seguimiento a través de Moodle.
  - Segmentación de la prueba en dos o varias partes, realizando cada parte en días diferentes.

ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES RELACIONADAS CON ESTE MÓDULO

Se realizarán las actividades aprobadas por el departamento para este curso escolar. En el marco del Proyecto Intermodular, se asistirá a aquellas visitas y charlas relacionadas con el mismo.

AUTOEVALUACIÓN

Con el objetivo de evaluar los procesos de enseñanza y la práctica docente, se ve necesaria la realización de una evaluación trimestral en la que se recoja la diferencia entre la previsión y la impartición de las unidades de trabajo con el objetivo de realizar los ajustes necesarios en cuanto a la programación y a la metodología.

Por otro lado, además de la atención continua de aspectos de mejora, se realizará una encuesta al alumnado con el objetivo de poner en marcha, en caso de considerarse necesario, medidas que mejoren mi labor como docente y beneficien, por tanto, el proceso de enseñanza-aprendizaje del alumnado.

Octubre 2026