IES MIGUEL ROMERO ESTEO – MÁLAGA. DEPARTAMENTO COMERCIO Y MARKETING

Programación del módulo
PROYECTO INTERMODULAR
CURSO 2026/2027

Ciclo formativo: Ciclo Formativo de Grado Superior de Gestión de Ventas y Espacios Comerciales (Semipresencial)
Grupo: GVS
Nº 0932
Horas totales: 70
Horas a la semana: 2 (1 presencial, 1 telemática)
Profesor/a: Rubén Domínguez Martínez
Fecha de Entrega: Octubre 2026
Fecha de revisiones: -

Introducción.

La presente programación docente, para el módulo profesional de Proyecto Intermodular, se desarrolla en base a la normativa vigente:

Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales:

- El Real Decreto 1573/2011, de 4 de noviembre, BOE número 299, Martes 13 de diciembre de 2011, donde se establece el título y se fijan sus enseñanzas mínimas, y cuyo currículo se desarrolla en la Orden de 29 de Julio de 2015, BOJA 14 de Septiembre 2015.
- Anexos facilitados por la Dirección General de Formación Profesional y la Consejería de Desarrollo Educativo y Formación Profesional que detalla el currículo del título.

Otras disposiciones:

- Real Decreto 659/2023, de 18 de julio, por el que se desarrolla la **ordenación del Sistema de Formación Profesional**.
- Decreto 147/2025, de 17 de septiembre de 2025, por el que se establece la **ordenación de las enseñanzas** de los Grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía.
- Real Decreto 500/2024, de 21 de mayo, por el que se modifican determinados reales decretos por los que se establecen títulos de Formación Profesional de grado superior y se fijan sus enseñanzas mínimas.
- Decreto 147/2025, de 17 de septiembre de 2025, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas de los Grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía.
- 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.
- Orden de 11 de febrero de 2026, por la que se regula la oferta modular diferenciada de las enseñanzas de los grados D y E del sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía y se desarrolla el Catálogo Modular Andaluz de Formación Profesional.
- Orden de 26 de septiembre de 2025, por la que se regula la **fase de formación en empresa u organismo equiparado** de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional de la Comunidad Autónoma de Andalucía.
- Instrucciones de 20 de mayo de 2026 de la Dirección General de Formación Profesional y Educación Permanente, por la que se establecen aspectos relativos a la evaluación final del alumnado de las enseñanzas de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional para el curso 2025/2026 en los centros docentes de la Comunidad Autónoma de Andalucía.
- Resolución de 24 de julio de 2026 de la Dirección General de Formación Profesional y Educación Permanente por la que se dictan instrucciones para determinar aspectos relativos a la distribución horaria y a la concreción curricular de las enseñanzas correspondientes a los grados D y E del sistema de Formación Profesional para el curso escolar 2026/2027 en la comunidad autónoma de Andalucía, conforme a lo dispuesto en el Real Decreto 659/2023, de 18 de julio, por el que se desarrolla la ordenación del sistema de Formación Profesional.

Al tratarse de una **enseñanza online** se le ha dado bastante importancia a la información obtenida a través de Internet, por lo que se ofrece un listado de direcciones en donde se podrán ampliar los conocimientos adquiridos, o consultar alguna curiosidad, y a la vez trabajar en algunas de las actividades propuestas. Se recomienda realizar todas las actividades de autoevaluación para comprobar el grado de comprensión de los diversos conceptos, así como seguir todas las instrucciones del profesorado.

Cada una de las unidades didácticas presenta los **objetivos, criterios de evaluación y algunas orientaciones** sobre cómo trabajar la unidad y sobre los recursos para el desarrollo de las actividades.

En la **modalidad de enseñanza presencial**, a este módulo profesional le corresponden **70 horas de clase o lectivas (1 horas semanales).** En esta modalidad a distancia no es posible indicar una dedicación horaria para cada módulo, ya que esto depende del alumno, entre otros condicionantes, pero puede ser interesante considerar este número de horas como una referencia relativa y utilizarlo para baremar y comparar el tiempo necesario para superar cada módulo. Debe tenerse en cuenta que los alumnos en la modalidad presencial, además de esas **2 horas semanales** de clase, deben dedicar también tiempo en casa para estudiar y hacer tareas, por lo que el tiempo requerido es sin duda mayor.

CONTEXTO

A la hora de elaborar la programación, es importante tener en cuenta el contexto sociocultural en el que se desarrollará el proceso de enseñanza-aprendizaje.

El IES Miguel Romero Esteo se encuentra situado en un barrio de Málaga de gran densidad de población, mayoritariamente de clase media, existiendo otro instituto de secundaria junto al nuestro.

No obstante, es necesario mencionar que los alumnos que cursan nuestro ciclo no son precisamente de nuestro entorno más cercano, sino que proceden de una amplia zona geográfica, principalmente de distintas zonas de Málaga capital y de municipios de la provincia. Un porcentaje menor procede de otras ciudades y municipios cercanos a Málaga.

El nivel de formación previo, en general, lo podemos considerar normal o superior ya que si bien la mayoría se incorporan con los estudios de bachiller, son también numerosos los que lo hacen con otros títulos de Formación Profesional Superior o desencantados del ámbito universitario que buscan incorporarse, a la mayor brevedad posible, al mercado laboral. También hay alumnos que después de un parón de varios años deciden retomar los estudios. El alumnado que presenta este perfil suelen tener más problemas para seguir la dinámica del curso tanto por la pérdida del hábito de estudio como por haber olvidado conceptos que son imprescindible en un ciclo superior.

Destacar también que una parte importante del alumnado que tenemos compagina la actividad docente con una actividad laboral. Precisamente, para este tipo de personas van dirigidos los ciclos semipresenciales, aunque también ahí reside el problema de que dicha actividad laboral le interfiere demasiado en sus estudios ya que suelen matricularse en más módulos de los que, objetivamente, podrían superar en el curso académico.

El ciclo se imparte en régimen nocturno y, por tanto, el ambiente en el centro es de personas adultas, lo que implica cierta homogeneidad en comportamiento, intereses, valores, etc, cuestiones que facilita bastante la convivencia y el normal desarrollo de la actividad de enseñanza-aprendizaje.

Este módulo del segundo curso del ciclo de Gestión de Ventas y Espacios Comerciales, tiene una duración de **70 horas** lectivas a razón de 2 horas semanales, una de ellas en la modalidad a distancia y **una presencial en el centro educativo.**

1. Competencias, objetivos y resultados de aprendizaje.

El Real Decreto 1573/2011, de 4 de noviembre, que fija sus enseñanzas mínimas y cuyo currículo se desarrolla en la Orden de 29 de Julio de 2015, BOJA 14 de Septiembre 2015, establece las competencias, los objetivos generales y los resultados de aprendizaje que debe adquirir el alumnado con la realización de este módulo profesional, para dar respuesta al sistema productivo y alcanzar las unidades de competencia asociadas, **Planificar las ventas y organizar el equipo de ventas de una empresa** las cuales son imprescindibles para la cualificación profesional del Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales.

Según el Real Decreto 1573/2011, de 4 de noviembre, el título **Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales** proporciona la siguiente **competencia general**:

"La competencia general de este título 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".

Las competencias profesionales, personales y sociales, los objetivos, y los resultados del aprendizaje son los que se indican en los siguientes subapartados.

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.
La formación del módulo se relaciona con la totalidad de los objetivos generales del ciclo y de las competencias profesionales, personales y sociales del título.

Las líneas de actuación en el proceso de enseñanza-aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo están relacionadas con:
- La ejecución de trabajos en equipo.
- La responsabilidad y la autoevaluación del trabajo realizado.
- La autonomía y la iniciativa personal.
- El uso de las tecnologías de la información y de la comunicación.

Este módulo profesional contribuye a alcanzar la competencia general y está asociado a los Estándares de competencia Profesional (Unidades de Competencia):

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.

1.1. Competencias profesionales, personales y sociales.

Desglosamos las **Competencias Profesionales, Personales y Sociales** a las que contribuye este módulo profesional, según la Orden que lo regula, si bien a algunas de ellas se contribuye muy superficialmente y entran de lleno en el ámbito específico de otros módulos profesionales del ciclo.

Relación de **Competencias profesionales**, **personales y sociales**, respetando la letra con la que se relaciona en la Orden que regula el ciclo formativo de Gestión de Ventas y Espacios Comerciales en Andalucía

La formación del módulo contribuye a alcanzar las todas competencias profesionales y de empleabilidad del Título de Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales.

1.2. Objetivos generales.

Desglosamos los **Objetivos Generales** a los que contribuye este módulo profesional, según la orden que lo regula, si bien a algunos de ellos se contribuye muy tangencialmente y entran de lleno en el ámbito específico de otros módulos profesionales del ciclo formativo.

Relación de **Objetivos generales del módulo**, respetando la letra con la que se relaciona en la Orden que regula el ciclo formativo de **GVEC** en Andalucía:

Se incluyen todos los objetivos recogidos en la orden.

1.3. Resultados de aprendizaje.

Finalmente, pasamos a desglosar los **Resultados de Aprendizaje** (abreviado **RA**) a los que contribuye este módulo profesional, según la Orden que regula este ciclo formativo.

Ponderación de los Resultados de Aprendizaje

Resultado de Aprendizaje	Ponderación (%)	Carga horaria	Formación (1)
RA1.- Identifica necesidades del sector productivo, relacionándolas con proyectos tipo que las puedan satisfacer.	25	17	DC
RA2.- Diseña proyectos relacionados con las competencias expresadas en el título, incluyendo y desarrollando las fases que lo componen.	25	17	DC
RA3.- Planifica la ejecución del proyecto, determinando el plan de intervención y la documentación asociada.	25	17	DC
RA4.- Define los procedimientos para el seguimiento y control en la ejecución del proyecto, justificando la selección de variables e instrumentos empleados.	25	17	DC

- (1) Leyenda: **PFPD-**Plan de FP DUAL. **DC-**Docencia en el Centro de Estudios.
- Módulo NO DUALIZABLE.

2. Unidades de Trabajo.

El módulo tiene una duración de 70 horas y lo componen un total de 3 unidades de trabajo, cada una con la siguiente carga horaria:

Distribución de la carga horaria por unidades

Unidad de trabajo	Carga horaria
UT01. Análisis del entorno e investigación de mercados para el diseño del proyecto empresarial	30
UT02. Planificación, ejecución y evaluación del proyecto empresarial	30
UT03.Presentación y defensa del proyecto empresarial	30
Total horas	70

UT01 Análisis del entorno e investigación de mercados para el diseño del proyecto empresarial

Tabla de resultados de aprendizaje y contenidos para la unidad UT1

RA	CP	OG	Contenidos propuestos	Contenidos según normativa
RA1	Todos	Todos	Análisis del entorno, investigación de mercados y diseño del proyecto de marketing. 1. La idea de negocio 1.1. Descripción de la idea de negocio. 1.1.1. Necesidad o problema que cubre. 1.1.2. Valor aportado. 1.1.3. El origen de la idea. 1.1.4. Sector de actividad. 1.1.5. La ubicación. 1.2. Productos y servicios. 1.2.1. Descripción de los productos y servicios. 1.2.2. Características y funcionamiento de la oferta. 1.2.3. Líneas de negocio. 1.2.4. Elementos innovadores. 1.3. Misión, visión y valores. 1.4. Objetivos generales (SMART). 2. Análisis del entorno y de la empresa. 2.1. Investigación exploratoria. 2.1.1. Relación entre la investigación exploratoria y el análisis del entorno y la empresa. 2.2. Análisis del entorno. 2.2.1. Análisis del sector. 2.2.2. Análisis del macroentorno. 2.2.3. Análisis del microentorno. 2.3. Análisis interno. 2.3.1. Recursos humanos. 2.3.2. Recursos materiales. 2.3.3. Recursos financieros. 2.3.4. El balance de situación inicial. 2.4. Análisis DAFO. 3. Investigación de mercados. 3.1. Objetivos de la investigación. 3.2. Metodología. 3.3. El diseño del cuestionario. 3.4. Diseño del trabajo de campo. 3.5. Análisis de resultados. 3.6. Implicaciones estratégicas de la investigación. 3.7. Caso práctico Condiciones y términos de uso de los materiales	Análisis del entorno, investigación de mercados y diseño del proyecto de marketing. 1. La idea de negocio 1.1. Descripción de la idea de negocio. 1.1.1. Necesidad o problema que cubre. 1.1.2. Valor aportado. 1.1.3. El origen de la idea. 1.1.4. Sector de actividad. 1.1.5. La ubicación. 1.2. Productos y servicios. 1.2.1. Descripción de los productos y servicios. 1.2.2. Características y funcionamiento de la oferta. 1.2.3. Líneas de negocio. 1.2.4. Elementos innovadores. 1.3. Misión, visión y valores. 1.4. Objetivos generales (SMART). 2. Análisis del entorno y de la empresa. 2.1. Investigación exploratoria. 2.1.1. Relación entre la investigación exploratoria y el análisis del entorno y la empresa. 2.2. Análisis del entorno. 2.2.1. Análisis del sector. 2.2.2. Análisis del macroentorno. 2.2.3. Análisis del microentorno. 2.3. Análisis interno. 2.3.1. Recursos humanos. 2.3.2. Recursos materiales. 2.3.3. Recursos financieros. 2.3.4. El balance de situación inicial. 2.4. Análisis DAFO.

				3. Investigación de mercados. 3.1. Objetivos de la investigación. 3.2. Metodología. 3.3. El diseño del cuestionario. 3.4. Diseño del trabajo de campo. 3.5. Análisis de resultados. 3.6. Implicaciones estratégicas de la investigación. 3.7. Caso práctico Condiciones y términos de uso de los materiales

CP = Competencias Profesionales. **OG** = Objetivos Generales. **RA**: Resultados de Aprendizaje
En las columnas **CP**, **OG** y **RA**, el número o letra se corresponde con las tablas anteriores.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN RA1.

a. a) Se han clasificado las empresas del sector por sus características organizativas y el tipo de producto o servicio que ofrecen.
b) Se han caracterizado las empresas tipo, indicando la estructura organizativa y las funciones de cada departamento.
c) Se han identificado las necesidades más demandadas a las empresas.
d) Se han valorado las oportunidades de negocio previsibles en el sector.
e) Se ha identificado el tipo de proyecto requerido para dar respuesta a las demandas previstas.
f) Se han determinado las características específicas requeridas en el proyecto.
g) Se han determinado las obligaciones fiscales, laborales y de prevención de riesgos, y sus condiciones de aplicación.
h) Se han identificado posibles ayudas o subvenciones para la incorporación de las nuevas tecnologías de producción o de servicio que se proponen.
i) Se ha elaborado el guión de trabajo que se va a seguir para la elaboración del proyecto.

UT02: Planificación, ejecución y evaluación del proyecto empresarial

Tabla de resultados de aprendizaje y contenidos para la unidad UT2

RA	CP	OG	Contenidos propuestos	Contenidos según normativa
RA2-3	Todos	Todos	Planificación, ejecución y evaluación del proyecto de marketing y publicidad 1. Estrategia de marketing 1.1. Justificación estratégica 1.2. Segmentación 1.3. Público objetivo 1.4. Recorrido del cliente 1.5. Propuesta de valor 1.6. Posicionamiento 1.7. Objetivos de marketing 2. Marketing mix. 2.1. Producto. 2.2. Precio. 2.3. Distribución. 2.4. Estrategia de comunicación. 3. Plan de lanzamiento. 3.1. Viabilidad económica. 3.1.1. Previsión de ventas 3.1.2. Estimación de costes 3.1.3. Punto de equilibrio 3.2. Metas iniciales del lanzamiento. 3.3. Argumentario de ventas. 3.4. Estrategia de distribución aplicada. 3.5. Plan de fidelización. 3.6. Control y medición (KPIs). 4. Plan de comunicación. 4.1. Manual de identidad corporativa. 4.2. Estrategia por canal. 4.3. Plan de medios. 4.4. Plan de marketing digital. 4.4.1. Página web corporativa. 4.4.2. Redes sociales y presencia digital. 4.5. Organización de eventos y relaciones públicas. 4.6. Materiales publicitarios. 5. Plan de acción y seguimiento. 5.1. Cronograma. 5.2. Cuadro de mando. 5.3. Control y evaluación.	Planificación, ejecución y evaluación del proyecto de marketing y publicidad 1. Estrategia de marketing 1.1. Justificación estratégica 1.2. Segmentación 1.3. Público objetivo 1.4. Recorrido del cliente 1.5. Propuesta de valor 1.6. Posicionamiento 1.7. Objetivos de marketing 2. Marketing mix. 2.1. Producto. 2.2. Precio. 2.3. Distribución. 2.4. Estrategia de comunicación. 3. Plan de lanzamiento. 3.1. Viabilidad económica. 3.1.1. Previsión de ventas 3.1.2. Estimación de costes 3.1.3. Punto de equilibrio 3.2. Metas iniciales del lanzamiento. 3.3. Argumentario de ventas. 3.4. Estrategia de distribución aplicada. 3.5. Plan de fidelización. 3.6. Control y medición (KPIs). 4. Plan de comunicación. 4.1. Manual de identidad corporativa. 4.2. Estrategia por canal. 4.3. Plan de medios. 4.4. Plan de marketing digital. 4.4.1. Página web corporativa. 4.4.2. Redes sociales y presencia digital. 4.5. Organización de eventos y relaciones públicas. 4.6. Materiales publicitarios. 5. Plan de acción y seguimiento. 5.1. Cronograma. 5.2. Cuadro de mando. 5.3. Control y evaluación.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN RA2.

a. a) Se ha recopilado información relativa a los aspectos que van a ser tratados en el proyecto.
b) Se ha realizado el estudio de viabilidad técnica del mismo.
c) Se han identificado las fases o partes que componen el proyecto y su contenido.
d) Se han establecido los objetivos que se pretenden conseguir, identificando su alcance.
e) Se han previsto los recursos materiales y personales necesarios para realizarlo.
f) Se ha realizado el presupuesto económico correspondiente.
g) Se han identificado las necesidades de financiación para la puesta en marcha del mismo.
h) Se ha definido y elaborado la documentación necesaria para su diseño.
i) Se han identificado los aspectos que se deben controlar para garantizar la calidad del proyecto.

UT03 Presentación y defensa del proyecto empresarial

Tabla de resultados de aprendizaje y contenidos para la unidad UT3

RA	CP	OG	Contenidos propuestos	Contenidos según normativa
RA3/4	TOdos	Todos	Presentación y defensa del proyecto 1. Revisión y estructura final del proyecto 2. Presentación de fuentes documentales y anexos 3. Resumen ejecutivo 4. Elaboración de la presentación visual 5. Técnicas para la defensa del proyecto	Presentación y defensa del proyecto 1. Revisión y estructura final del proyecto 2. Presentación de fuentes documentales y anexos 3. Resumen ejecutivo 4. Elaboración de la presentación visual 5. Técnicas para la defensa del proyecto
CP = Competencias Profesionales. **OG** = Objetivos Generales. **RA**: Resultados de Aprendizaje En las columnas **CP**, **OG** y **RA**, el número o letra se corresponde con las tablas anteriores.				

CRITERIOS DE EVALUACIÓN RA3.

a) Se han secuenciado las actividades ordenándolas en función de las necesidades de desarrollo.
b) Se han determinado los recursos y la logística necesaria para cada actividad.
c) Se han identificado las necesidades de permisos y autorizaciones para llevar a cabo las actividades.
d) Se han determinado los procedimientos de actuación o ejecución de las actividades.
e) Se han identificado los riesgos inherentes a la ejecución, definiendo el plan de prevención de riesgos y los medios y equipos necesarios.
f) Se ha planificado la asignación de recursos materiales y humanos y los tiempos de ejecución.
g) Se ha hecho la valoración económica que da respuesta a las condiciones de su puesta en práctica.
h) Se ha definido y elaborado la documentación necesaria para la ejecución.

3.- Secuencias de unidades didácticas y temporalización

Las fechas previstas de aparición de cada unidad son las siguientes:

Unidad	Fecha de inicio	Fecha de apertura de la unidad *	Permitir entregas de tareas desde la fecha	Fecha de entrega óptima de las tareas	Fecha límite (dejar de recibir tareas desde)	Evaluación
1. Análisis del entorno e investigación de mercados para el diseño del proyecto empresarial	16/09/2026	16/09/2026	22/09/2026	14/12/2026	14/12/2026	Parcial
2. Planificación, ejecución y evaluación del proyecto empresarial	14/12/2026	14/12/2026	14/12/2026	02/03/2027	02/03/2027	Parcial
3. Presentación y defensa del proyecto empresarial	02/03/2027	02/03/2027	02/03/2027	02/05/2027	02/05/2027	Final

Debes tener en cuenta que:

- La fecha de finalización **recomendada** de la unidad es una fecha orientativa para la entrega de la misma y es anterior a la fecha límite. Es la fecha en la que se recomienda terminar con esa unidad, incluyendo la entrega de la tarea correspondiente, para poder llevar un buen seguimiento del curso.
- La **fecha LÍMITE de entrega de una tarea** indica el último día en el que se puede entregar dicha tarea (incluyendo el segundo envío en caso de que fuera necesario). **Después de la fecha límite no se corregirán las tareas enviadas.** Por tanto, se recomienda su entrega al menos una semana antes de la fecha indicada para tener la posibilidad de un segundo envío.
- Se recomienda al alumnado la **entrega progresiva de tareas conforme se vayan finalizando las unidades didácticas**, intentando ajustarse a la fecha recomendada para entregar cada tarea, garantizándose así la posibilidad de un segundo reenvío en caso de que no estuviera aprobado el primero.
- **No se aceptará ningún envío de tareas fuera de los plazos indicados**, salvo circunstancias excepcionales, que valorará el profesor previa acreditación documental y valoración de las mismas.
- **Flexibilidad por incorporación tardía:** Para el alumnado que se matricule o incorpore con retraso a las clases, se recogerá en la programación didáctica un calendario que les permita entregar las tareas de forma progresiva.

Fase de Formación en la Empresa

- El resultado de aprendizaje que se impartirá en la empresa es el RA5, que se corresponden con la unidad de trabajo 5, y representan un 12% de la carga horaria del módulo.
- La Fase de Formación en la Empresa comprende el periodo 12 de abril al 11 de junio, esto es, 44 días lectivos y un total de 20 horas lectivas del módulo.

3.1. Sesiones presenciales.

La Orden de 11 de febrero de 2026, establece en su artículo 5.3. que las sesiones de docencia presencial tendrá como objetivo el desarrollo de actividades y tareas en el centro educativo.

Estas sesiones presenciales se dedicará a facilitar al alumnado las ayudas pertinentes en la realización de tareas, resolver dudas respecto a los aspectos esenciales del currículo, orientar hacia el uso de las herramientas de comunicación empleadas por esta modalidad de enseñanza, afianzar las interacciones cooperativas entre el alumnado, promover la adquisición de los conocimientos, competencias básicas o profesionales que correspondan y, en su caso, reforzar la práctica de las destrezas orales. Por lo tanto, se establece cuatro tipos de sesiones presenciales:

- **Sesiones de acogida del alumnado** se realizan en la primera semana del curso para explicar al alumnado los aspectos generales del ciclo, características de la enseñanza semipresencial, el uso del Aula Virtual, las características más importantes de cada módulo profesional, criterios de evaluación, calendario de las sesiones presenciales, etc.
- **Sesiones expositivas y/o de resolución de dudas.** Se realizarán sesiones expositivas para introducir una unidad o profundizar en aspectos que, a juicio del profesorado, requieren una especial atención, etc.
- **Sesiones de Actividades o Tareas presenciales.** Su objetivo es que el alumnado realice un determinado taller o caso práctico relacionado con los resultados de aprendizaje del módulo profesional. Su realización es obligatoria. Recogido en el aparado 5.2.2
- **Sesiones de desarrollo de Pruebas presenciales.** Recogido en el apartado 5.2.1.

Listado **orientativo** de Sesiones presenciales del módulo:

Primer cuatrimestre.

Fecha	Unidad	Descripción	Evaluable
Sesión 1 17/09/2026	**UT01**	**Sesión de acogida del alumnado Presentación del módulo. Contexto.**	
Sesión 2 24/09	UT01	Presentación de la unidad 1. El mercado y el entorno. Información relativa a la empresa y la competencia	
Sesión 3 1/10	UT01	Información relativa a los productos o servicios de la empresa y la competencia.	
Sesión 4 8/10	UT01	Tarea presencial unidad 1.	
Sesión 5 15/10	UT02	Presentación de la unidad 2	Sí
Sesión 6 22/10	UT02	Análisis de la evolución de las ventas. Tasas de crecimiento de las ventas y cuota de mercado.	Sí
Sesión 7 29/10	UT02	Análisis de la evolución de las ventas. Tasas de crecimiento de las ventas y cuota de mercado.	
Sesión 8 5/11	UT02	Tarea presencial UD2. .	
Sesión 9 12/11	UT03	Presentación unidad 3. El argumentario de ventas.	
Sesión 10 19/11	UT03	Tratamiento de las objeciones.	Sí
Sesión 11 26/11	UT03	El plan de ventas.	Sí
Sesión 12 4/12	**UT04**	**Presentación unidad 4.**	
Sesión 13 11/12	UT04	Desarrollo de la unidad 4. Ejercicios prácticos.El plan de ventas.	
Sesión 14 19/12	UT4	Tarea presencial unidad 4.	Sí

		SEGUNDA EVALUACIÓN	
7 de enero de 2027	UT6	Presentación	
14 de enero de 2027	UT6	Fases de la negociación. Tácticas de negociación. Variables de la negociación.	
21 de enero de 2027	UT6	Fases de la negociación. Tácticas de negociación. Variables de la negociación.	
28 de enero de 2027	UT6	Fases de la negociación. Tácticas de negociación. Variables de la negociación.	
2de febrero de 2027	UT7	Inicio de la unidad. El contrato de compraventa	
9 de febrero de 2027	UT7	Contratos de compraventas especiales.	
16 de febrero de de 2027	UT7	Tarea presencial unidad 7	
2 de marzo de 2027	UT8	Presentación unidad. Servicio de atención al cliente. Servicio postventa	
9 de marzo de 2027	UT8	Atención de quejas y reclamaciones	
16 de marzo de 2027	UT8	Atención de quejas y reclamaciones	
		TERCERA EVALUACIÓN	
30de marzo de 2027	UT8	Atención de quejas y reclamaciones	
6 de abril de 27	UT8	Tarea presencial unidad 8	

4.- Metodología y materiales didácticos.

Debes conocer

El marco regulador de la modalidad semipresencial en la oferta modular diferenciada de Formación Profesional en Andalucía se fundamenta en lo dispuesto en el Decreto 147/2025, de 17 de septiembre, la Orden de 11 de febrero de 2026 y la Orden de 18 de septiembre de 2025. Conforme a dicho marco normativo, la ordenación académica y metodológica de las enseñanzas impartidas en esta modalidad se articula con arreglo a los siguientes principios y directrices:

1. Principios pedagógicos

- **Aprendizaje autónomo y adaptado:** El proceso formativo se fundamenta en el autoaprendizaje sistematizado mediante la aplicación del modelo de Diseño Universal para el Aprendizaje (DUA). Se promoverá el uso de metodologías activas orientadas a la resolución de casos prácticos, permitiendo la incorporación de herramientas informáticas de simulación e inteligencia artificial.
- **Recursos didácticos específicos:** La enseñanza se apoyará en materiales didácticos interactivos y soportes multimedia diseñados exclusivamente para su impartición en entornos virtuales.

2. Organización de la docencia telemática

- **Docencia remota asíncrona:** Constituye la base del proceso de aprendizaje. El alumnado accederá a los contenidos, lecturas obligatorias y tareas a través del Aula Virtual en Moodle, lo que permite la autogestión del tiempo formativo.Docencia remota síncrona: Se llevará a cabo en tiempo real mediante las herramientas de audio y videoconferencia integradas en la plataforma. Comprende la celebración de sesiones de acogida, presentación de unidades didácticas y resolución de dudas o ejercicios prácticos.
- **Garantías procedimentales:** La asistencia a las sesiones síncronas no tendrá carácter obligatorio para el alumnado. Dichas sesiones se convocarán a través del Aula Virtual con una antelación mínima de 48 horas, se planificarán evitando el solapamiento horario entre módulos y serán objeto de grabación obligatoria para su posterior consulta en diferido.

3. Atención tutorial y seguimiento académico

- **Atención síncrona:** El profesorado asignará a la atención telemática directa (individual o colectiva) un tiempo equivalente, como mínimo, al 25% de su dedicación horaria semanal fijada para el módulo.
- **Seguimiento del alumnado**: Se efectuará una supervisión periódica de la actividad y accesos del alumnado a la plataforma, con el fin de detectar situaciones de inactividad e implementar las medidas tutoriales pertinentes.

4. Régimen de presencialidad obligatoria a las sesiones lectivas (Art.5, Orden 11-Feb-2026).

La integración del Diseño Universal para el Aprendizaje (DUA) en la programación didáctica de modalidad virtual constituye un requerimiento legal normado por el Decreto de Ordenación y las Órdenes del BOJA. Su aplicación debe articularse de manera transversal en tres secciones fundamentales de la programación:

- **Metodología y Recursos Didácticos:** Garantiza la accesibilidad y la diversidad en los medios de representación. Exige detallar el uso de materiales multimedia diversificados en la plataforma Moodle (texto, audio, vídeo e infografías) adaptados por el profesorado editor, así como la incorporación de subtitulado y transcripción en tiempo real durante las videoconferencias síncronas.
- **Planificación de Unidades de Trabajo (Tareas y Actividades)**: Implementa las dimensiones de implicación y expresión. Requiere diseñar actividades basadas en casos prácticos reales para fomentar la motivación, permitiendo a los estudiantes fundamentar su aprendizaje mediante diversos formatos de entrega (documentos escritos, presentaciones interactivas o productos audiovisuales) bajo los mismos criterios de evaluación.
- **Evaluación del Alumnado y Atención a la Diversidad:** Define las garantías normativas para el alumnado con Necesidades Específicas de Apoyo Educativo (NEAE). Establece una evaluación continua, formativa e integradora basada en el DUA. Incluye adaptaciones de acceso (tecnológicas, organizativas y ampliación de tiempos en tareas y exámenes) sin que esto suponga una minoración en la calificación ni la modificación de los Resultados de Aprendizaje (RA) o Criterios de Evaluación (CE) reglamentarios.

5.- Criterios y procedimiento de evaluación.

En la Oferta modular diferenciada en modalidad virtual y semipresencial en Andalucía, los criterios y procedimientos de evaluación están definidos por la normativa autonómica (*principalmente el Decreto 147/2025, la Orden de 18 de septiembre de 2025 y la Orden de 11 de febrero de 2026*). Su objetivo es conjugar la flexibilidad del aprendizaje telemático con el rigor y la objetividad del proceso evaluador.

Los principios generales de la evaluación son los siguientes:

1. **Carácter de la evaluación:** Debe ser continua, formativa, objetiva e integradora de los aprendizajes realizados, incluyendo, en su caso, en la fase de formación en empresa u organismo equiparado.
2. **Publicidad del proceso:** La información relativa a los procedimientos, instrumentos y plazos de evaluación de cada módulo o proyecto debe ser publicada obligatoriamente a través del Aula Virtual (Moodle) para conocimiento del alumnado.
3. **Cómputo de convocatorias:** En la modalidad virtual y semipresencial se dispone de un máximo de cuatro convocatorias por módulo, a razón de una única convocatoria por curso escolar.

El seguimiento del proceso de aprendizaje de cada módulo incluirá el análisis de las actividades, tareas y trabajos presentados en el Sistema de Gestión de Aprendizaje (LMS Moodle) y realizados a lo largo de la acción formativa, la participación en las herramientas de comunicación, en su caso la realización de las tareas síncronas, sesiones presenciales y otras que se establezcan, así como la superación de prueba final presencial de junio, según lo indicado en el artículo 27.1 del del Real Decreto 659/2023, de 18 de julio. La evaluación final del módulo mediante pruebas se armonizará con los procesos de evaluación que se realicen a lo largo del curso según lo indicado en los artículos 107 y 123 del Real Decreto 659/2023, de 18 de julio.

5.1.- Ponderación de resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

Debes conocer

La siguiente tabla muestra la **ponderación de resultados de aprendizaje, criterios de evaluación y su relación con los diferentes instrumentos de evaluación.** La calificación de cada criterio vendrá dada en función de las diferentes calificaciones que se tengan para el mismo, siendo en su caso la media aritmética de las mismas. Es decir, todos los instrumentos tienen el mismo peso para un determinado criterio de evaluación. Así, si se utilizan dos instrumentos, cada instrumento contribuye el 50% de la calificación; si son cuatro, cada instrumento aportará un 25% de la calificación.

Dicha tabla es un referente inicial y puede actualizarse para adaptarse al contexto y a las características particulares del grupo o al progreso del curso o a los posibles cambios normativos que pudieran producirse. En dicha tabla se añadirán tantas columnas como instrumentos se utilicen.

Los instrumentos de evaluación más utilizados en la modalidad semipresencial son las tareas individuales presenciales, las tareas individuales online y las pruebas presenciales.

Resultados de aprendizaje	%RA	Criterios de evaluación		Ponderación por CE	Instrumentos de evaluación		Unida
					Tarea individual	PROYECTO	
RA1.- 1. Identifica necesidades del sector productivo, relacionándolas con proyectos tipo que las puedan satisfacer.	25%	RA1.a)	Se han clasificado las empresas del sector por sus características organizativas y el tipo de producto o servicio que ofrecen.	3%	X	x	UD0 UD0
		RA1.b)	Se han caracterizado las empresas tipo, indicando la estructura organizativa y las funciones de cada departamento.	2%	x	X	
		RA1.c)	Se han identificado las necesidades más demandadas a las empresas.	3%	X	X	
		RA1.d)	Se han valorado las oportunidades de negocio previsibles en el sector.	2%	X	X	
		RA1.e)	Se ha identificado el tipo de proyecto requerido para dar respuesta a las demandas previstas.	3%	X	X	
		RA1.f)	Se han determinado las características específicas requeridas en el proyecto.	3%	X	X	
		RA1.g)	Se han determinado las obligaciones	3%	X	X	

			fiscales, laborales y de prevención de riesgos, y sus condiciones de aplicación.				
		RA1.h)	Se han identificado posibles ayudas o subvenciones para la incorporación de las nuevas tecnologías de producción o de servicio que se proponen.	3%	X	X	
		1.i)	Se ha elaborado el guión de trabajo que se va a seguir para la elaboración del proyecto.	3%	X	X	
RA2.- Diseña proyectos relacionados con las competencias expresadas en el título, incluyendo y desarrollando las fases que lo componen.	25%	RA2.a)	Se ha recopilado información relativa a los aspectos que van a ser tratados en el proyecto.	3%	X	X	UD(
		RA2.b)	Se ha realizado el estudio de viabilidad técnica del mismo.	3%	X	X	
		RA2.c)	Se han identificado las fases o partes que componen el proyecto y su contenido.	3%	X	X	
		RA2.d)	Se han establecido los objetivos que se pretenden conseguir, identificando su alcance.	3%	X	X	
		RA2.e)	Se han previsto los recursos materiales y personales necesarios para realizarlo.	3%	X	X	
		RA2.f)	Se ha realizado el presupuesto económico correspondiente.	3%	X	X	
		RA2.g)	Se han identificado las necesidades de financiación para la puesta en marcha del mismo.	3%	X	X	

		RA2.h)	Se ha definido y elaborado la documentación necesaria para su diseño.	2%	X	X	
		2i	Se han identificado los aspectos que se deben controlar para garantizar la calidad del proyecto.	2%	X	X	
RA3.- Planifica la ejecución del proyecto, determinando el plan de intervención y la documentación asociada.	25%	RA3.a)	Se han secuenciado las actividades ordenándolas en función de las necesidades de desarrollo.	3%	X	X	
		RA3.b)	Se han determinado los recursos y la logística necesaria para cada actividad.	3%	X	X	
		RA3.c)	Se han identificado las necesidades de permisos y autorizaciones para llevar a cabo las actividades.	3%	X	X	
		RA3.d)	Se han determinado los procedimientos de actuación o ejecución de las actividades.	3%		X	
		RA3.e)	Se han identificado los riesgos inherentes a la ejecución, definiendo el plan de prevención de riesgos y los medios y equipos necesarios.	3%		X	UD02
		RA3.f)	Se ha planificado la asignación de recursos materiales y humanos y los tiempos de ejecución.	3%	X		
		RA3.g)	Se ha hecho la valoración económica que da respuesta a las condiciones de su puesta en práctica.	3%	X	X	
		RA 3h	Se ha definido y elaborado la documentación necesaria para la ejecución.	4%	x	x	

RA4.- Define los procedimientos para el seguimiento y control en la ejecución del proyecto, justificando la selección de variables e instrumentos empleados.	25%	RA4.a)	Se ha definido el procedimiento de evaluación de las actividades o intervenciones.	3%	x	x	UD(
		RA4.b)	Se han definido los indicadores de calidad para realizar la evaluación.	3%		x	
		RA4.c)	Se ha definido el procedimiento para la evaluación de las incidencias que puedan presentarse durante la realización de las actividades, su posible solución y registro.	3%		**x**	
		RA4.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.	4%	x	x	
		RA4.e)	Se ha definido y elaborado la documentación necesaria para la evaluación de las actividades y del proyecto.	4%	x	**x**	
		RA4.f)	Se ha establecido el procedimiento para la participación en la evaluación de los usuarios o clientes y se han elaborado los documentos específicos.	4%	x	x	
		RA4.g)	Se ha establecido un sistema para garantizar el cumplimiento del pliego de condiciones del proyecto cuando este existe.	4%	x	x	

5.2.- Instrumentos de evaluación.

Tal y como se especifica en las **Instrucciones de 19 de noviembre de 2024**, la docencia remota asíncrona se fundamenta en el material facilitado a través del Aula Virtual.

Dicho lo anterior, el contenido de los diversos instrumentos de evaluación versará sobre el material facilitado a través del Aula Virtual, incluyendo en dicho material el que el profesorado pueda aportar de forma adicional para complementar el material existente en la unidad.

Instrumentos para la evaluación continua de los RAs y CEs

La evaluación continua se realizará sobre la base de la ponderación de los Resultados de Aprendizaje y los Criterios de Evaluación asociados a este módulo profesional, ponderación descrita en el apartado 5.1. Los instrumentos que se utilizarán para la evaluación continua de los Resultados de Aprendizaje y los Criterios de Evaluación serán:

- **Tareas individuales online y presencial asociadas a cada unidad**, . Cada unidad tendrá asociada al menos una tarea. Cada una de ellas implicará la realización de uno o más supuestos o ejercicios prácticos que el alumnado deberá de entregar de forma individualizada.
- **Pruebas presenciales.** Existen dos pruebas presenciales:
  - Prueba presencial opcional de febrero.
  - Prueba presencial obligatoria de junio.

Exámenes on-line asociados a cada unidad

El alumnado podrá realizar los exámenes on-line asociados a cada unidad. Los exámenes on-line **NO son un instrumento de evaluación** y su propósito es que el alumnado compruebe si ha comprendido bien los contenidos del módulo. Por tanto, **son una herramienta de autoevaluación.** Estos exámenes on-line se pueden realizar un número ilimitado de veces.

Aunque los exámenes on-line no se evaluan, no está permitido publicar los exámenes on-line ni sus respuestas en los foros. Si hay alguna pregunta que no entiendes, pregúntala primero al profesor/a del módulo. Los exámenes on-line son una herramienta para que el alumnado compruebe su progreso y comprensión de los contenidos, si no se usa adecuadamente carece de sentido.

5.2.1.- Pruebas presenciales.

Se prevé la realización de pruebas presenciales cuyo objetivo será la identificación fehaciente del alumnado y la demostración de la adquisición de los resultados de aprendizaje y criterios de evaluación trabajados en las tareas y otros instrumentos.

Es importante que tengas en cuenta que **la superación de las pruebas presenciales no implica la superación del módulo de forma directa.** Tal y como consta en el apartado 5.3, la calificación final del módulo depende de la calificación obtenida en los diferentes instrumentos de evaluación y su ponderación en base a criterios de evaluación. Esto significa que, aparte de superar la prueba presencial, para superar el módulo deberás realizar de forma satisfactoria las tareas individuales y otro tipo de actividades contempladas en la programación del mismo.

Las pruebas de carácter presencial contempladas son:

- **Prueba presencial de febrero.** Esta prueba será de carácter **opcional** y **eliminatorio**.
- **Prueba presencial de junio.** Esta prueba será de carácter **obligatorio.**

La **prueba presencial de junio** versará sobre **todos los resultados de aprendizaje** vinculados al módulo profesional.

Los resultados de aprendizaje superados en la prueba presencial y opcional de febrero no serán evaluados nuevamente en la prueba presencial de junio, salvo petición expresa del alumno para la mejora de la calificación. La nota de la prueba de febrero se almacenará en el calificador del Aula Virtual, pero no se computará hasta la obtención de una nota final consolidada tras la realización de la prueba de junio.

Las unidades de trabajo asociadas a cada prueba presencial son las siguientes:

Contenidos de las pruebas presenciales

Prueba presencial escrita	Contenido del examen
Primera prueba presencial: **parcial 1er cuatrimestre de febrero** (opcional)	1er Cuatrimestre: Unidades 1,2,
Segunda prueba presencial: **convocatoria ordinaria de junio** (obligatoria)	1er Cuatrimestre: Unidades 1,2, 2º Cuatrimestre: Unidades 4 a

Nota: *El alumnado no tendrá la obligación de presentarse a la prueba presencial del 1er cuatrimestre en la convocatoria ordinaria de junio* ***si y solo si*** *ha superado dicho cuatrimestre en la prueba presencial parcial del 1er cuatrimestre (febrero). Los RA asociados a cada unidad didáctica pueden consultarse en el apartado 5.1 (Ponderación de resultados de aprendizaje y criterios de evaluación).*

IMPORTANTE:

- En caso de que el alumno o la alumna **no se presente** a la **prueba presencial de junio,** se considerará que la **prueba presencial no está superada** e implicará la **no superación** del **módulo.**
- Una **calificación** de la **prueba presencial de junio inferior a 5** significará la **no superación** del **módulo.**
- Para considerar superada la **prueba presencial de junio** se requerirá obtener una **nota igual o superior a 5** en **cada una de las partes** que la componen: 1er y 2.º cuatrimestre.
- La **calificación** de la **prueba presencial de junio** se calculará en base a la **media ponderada** de los diferentes **resultados de aprendizaje** y **criterios de evaluación.**
- Para reducir la extensión de las pruebas, los **ejercicios** de las diferentes pruebas presenciales podrán **agrupar varios resultados de aprendizaje** de forma completa o parcial.
- En la **prueba presencial de junio,** el alumnado deberá realizar todos los **ejercicios** cuyos **resultados de aprendizaje no haya superado** de forma completa en la **prueba opcional de febrero.**
- Para obtener la **calificación final** de las pruebas, el sistema por defecto tomará la calificación más alta obtenida por el alumno para cada uno de los criterios evaluados, siempre que la prueba presencial correspondiente esté superada.
- El alumnado debe de inscribirse a las pruebas presenciales en tiempo y forma, tal y como le indique el docente, indicando en qué sede realizará las pruebas.
- Las instrucciones de realización de las diferentes pruebas, sin incluir obviamente los enunciados de los ejercicios a realizar, serán comunicadas al alumnado con antelación suficiente a la fecha de realización.
- Si se detecta que se ha copiado durante la realización de las pruebas presenciales, la prueba correspondiente quedará anulada y se le dará la calificación de 0 puntos para todos los resultados de aprendizaje incluidos en la misma. Si la copia se ha realizado gracias a la cesión de información por parte de otro alumno u otra alumna, también supondrá la anulación de la prueba para el alumno o la alumna que facilita dicha información.
- El incumplimiento de las normas durante el desarrollo de una prueba, además de la correspondiente evaluación negativa y la aplicación del régimen sancionador que proceda, supondrá la inmediata retirada de la prueba al alumno y el abandono del local donde se realizan las pruebas.

5.2.2.- Tareas individuales.

Cada unidad tendrá una tarea como mínimo, que incluirá y evaluará una parte o la totalidad de los criterios de evaluación asociados a dicha unidad. Las tareas consistirán fundamentalmente en la realización de ejercicios prácticos fundamentados en un caso práctico.

Tareas individuales online.

El **proceso de corrección** de la tarea se realizará a través de una **rúbrica** que se detallará en el enunciado de cada tarea y en la que podrás ver el detalle de criterios de evaluación (CE) asociados a cada aspecto o elemento evaluable de la tarea (puntos de control). Cada uno de esos puntos de control será evaluado entre cero y una determinada puntuación indicada en la rúbrica.

El alumnado **podrá entregar hasta un máximo de 2 veces** la solución de una misma tarea, siempre que en el **primer intento** tenga una **nota inferior a 5** sobre 10 (o 50 sobre 100) y se entregue al menos 7 días naturales antes de la fecha tope de entrega.

El **segundo intento** (también conocido como *"segunda entrega"*) tendrá un **plazo máximo de entrega de 7 días naturales** después de que el profesorado haya calificado como suspensa la primera entrega. Este segundo intento deberá **ajustarse** siempre a la **fecha obligatoria** de entrega indicada **en el calendario de la plataforma de cada unidad**, no pudiendo superarse esta fecha en ningún caso. Esto significa que, si el alumnado quiere optar a un segundo intento, deberá entregar la tarea **al menos 7 días naturales antes de la fecha tope de entrega**.

Es recomendable que el envío de las tareas se realice de forma escalonada y progresiva, evitando enviar de golpe un conjunto grande de tareas al mismo tiempo. **Además, es conveniente no enviar las tareas muy cerca de la fecha tope de entrega para poder garantizar la corrección con suficiente antelación en caso de que se opte a un segundo intento. De no ser así, no se garantiza el tener las correcciones a tiempo para ofrecer un segundo intento, ya que podría darse el caso en que el docente no cuente con tiempo suficiente para responder al envío masivo de tareas.**

Se considerará entregada la tarea y se calificará con **0 puntos** para todos los criterios de evaluación en los casos siguientes:

- La tarea corresponde a otro módulo, se encuentra sin contenido alguno o no se puede abrir o leer.
- La entrega se encuentra incompleta o no corresponde a lo que se solicita en el enunciado de la tarea.
- La tarea ha sido copiada.

El alumnado debe comprobar una vez subida la tarea que la entrega está correcta para que, en caso de incidencia o error, se notifique de manera inmediata al profesorado del módulo. En caso contrario, se aplicarán las medidas anteriores.

Si se detecta que el/la alumno/a ha copiado en alguna de las tareas, supondrá una calificación de 0 puntos en esta para todos los criterios de evaluación. Si la copia se ha realizado de otro/a alumno/a supondrá una calificación de 0 puntos en dicha tarea para ambos alumnos/as.

Tareas individuales presenciales.

El alumnado a lo largo del curso irá realizando o defendiendo en las sesiones presenciales una serie de actividades que el profesorado irá evaluando.

Por ejemplo, defensa de trabajos, ejercicios prácticos, etc, mandados en clase o en la plataforma.

Algunas de estas actividades presenciales serán evaluables, lo que significa que su realización por parte del alumnado es obligatoria. Además, **en todos los trimestres o evaluaciones se debe realizar, como mínimo, una tarea presencial obligatoria**.

Las **tareas presenciales marcadas como obligatorias exigirán al alumnado a presentarse** o de lo contrario se calificarán **todos los criterios de evaluación que se iban a evaluar en dicho instrumento con un 0**.

En los **periodos de recuperación de cada trimestre se repetirá esta tarea presencial obligatoria para aquel alumnado que NO haya podido asistir por causas justificadas documentalmente en los dos días siguientes a la realización de dicha tarea** (certificado médico, certificado de la empresa o similares).

En el apartado 3.1. Sesiones presenciales puedes ver un listado de todas las tareas presenciales a realizar en el curso así como su planificación.

ESQUEMA E INDICE DEL PROYECTO

El Proyecto será un trabajo grupal (salvo que se presenten propuestas específicas). Se presentará una copia en soporte digital y una presentación. Esta presentación será la expuesta en clase ante el equipo educativo antes de la evaluación final de junio.

El proyecto de Gestión de Ventas y Espacios Comerciales, constará de la puesta en marcha de una empresa jurídica cuya actividad es la comercialización de bienes y servicios destinados al consumidor final, con establecimiento comercial y una plantilla mínima de 5 empleados.

INDICE del proyecto

DESCRIPCION DEL PROYECTO.1.1 Datos básicos del proyecto.

Razón social + Forma jurídica: Persona física (autónomo) o jurídica (sociedad mercantil).Domicilio social (municipio y dirección aproximada).Descripción de la actividad empresarial (incluyendo tienda física y online).Personalidad + principios + valores +

filosofía de empresa + código de conducta. La Imagen corporativa: colores corporativos + tipografías corporativas.1.2 Identificación de los promotores del proyecto.

a) Nombre de los promotores.

b) Formación académica y experiencia laboral.

1.3 Productos y servicios. Explicación inicial.

a) Descripción de los productos o servicios que se comercializarán. La elección de la marca, slogan, logotipo, packaging.

b) Empresas colaboradoras.

ANÁLISIS DEL MERCADO.Sector de la actividad en que se ubica nuestra empresa (CNAE) y ámbito geográfico de actuación.2.2.Análisis del microentorno y del marcroentono de la empresa.2.3.Análisis de la demanda2.3.1.Clientela potencial.2.3.2.Segmentación.2.3.3.Publico objetivo (target group). 2.3.3.1.Realización de una encuesta para determinar el grado de aceptación de nuestro producto o servicio.2.3.3.2.Ficha técnica de la encuesta.2.3.3.3.Tablas y representación gráfica de los resultados.2.4.Análisis de la oferta.2.4.1.Determinar el grado de competencia del mercado.2.4.2.Ranking de las principales empresas del sector por volumen de venta.2.5.Análisis DAFO de la Empresa.

ORGANIZACIÓN DEL PUNTO DE VENTA.Diseño del Layout del establecimiento comercial del proyecto.Creación de un boceto del escaparate con el programa sketchup.Google.Creación de la maqueta con materiales como base de cartón pluma.Creación de un escaparate, partiendo del boceto y de la maqueta anteriormente realizada, explicando: - Tipo de escaparateCronograma del montaje del escaparateCreación de presentaciones y cartelística comercialMontaje y colocación del escaparatePresupuesto del escaparate.

PLAN DE MARKETING.4.1.Objetivos de Venta. Objetivos comerciales que deseamos alcanzar con la ejecución del plan de marketing.4.1.1.Volumen de ventas4.1.2.Rentabilidad de ese volumen de ventas. Umbral de rentabilidad.4.1.3.Cuota de mercado a conseguir.4.2.Marketing-mix.4.2.1.Producto: Describir detalladamente, identificar sus características y diferenciaciones, elección de la marca, slogan, logotipo, packaging y demás variables estudiadas sobre política de producto. 4.2.2.Precio: Ajustar éste mediante los métodos adecuados para asegurar la viabilidad del proyecto y no vender por debajo del coste, precios basados en la competencia, precios psicológicos…4.2.3.Distribución: Determinar qué canales de distribución se usarán para llevar los productos terminados a los diferentes puntos de venta y su funcionamiento, así como las estrategias de distribución qué se utilizarán. 4.2.4.Comunicación: Cómo se contacta con el cliente: red de vendedores, sistemas de publicidad y acciones promociónales, elaboración de campaña publicitaria con su correspondiente planificación de medios.4.3. Plan de Marketing Digital.4.3.1.Definir las estrategias del Plan de Marketing digital.4.3.2.Estudio Benchmarketing de la competencia en RRSS, resultados y valoración.4.3.3.El Plan Social Media debe hacerse siguiendo el método POST, sin olvidar fijar los objetivos por la técnica SMART. RECURSOS -> Pdf adjunto y teoría tema4.3.4.URLs de la Web site y blog de empresa, con los perfiles a redes sociales conectados.4.3.5.VOLUNTARIO -> Plan editorial con las publicaciones para un año4.3.6.Herramientas de posicionamiento en buscadores: SEM y SEO.

ORGANIZACIÓN DEL EQUIPO DE VENTA.5.1.Organigrama de la empresa.Tamaño del equipo de venta.5.2.Características del equipo de ventas. Selección del personal-vendedores: proceso. Profesiograma. Medio para dar a conocer esa necesidad de personal.Organización del personal y turnos de trabajo dentro de la empresa.5.3.Formación necesaria para nuestro equipo de ventas. Formación inicial, continua, reciclaje, para promocionar.5.4.Plan de ventas: Objetivos de venta de los miembros del equipo comercial. Evaluación y control.5.5.Motivación de los vendedores. (Incentivos económicos y mejoras de condiciones y promociones interna).5.6.Normas de seguridad e higiene en un establecimiento comercial (folleto que indique la normativa y recomendaciones).

PLAN DE INVERSIONES.6.1.Inversiones en inmovilizados materiales, inversiones en inmovilizado intangible, inversiones financieras y otras inversiones.6.2.Financiación (préstamos, subvenciones y ayudas). Estudio de las fuentes de financiación que utilizará para captar los recursos financieros.6.3.Balance de situación inicial y Balance de situación al cierre del primer ejercicio de actividad.6.4.Cuenta de resultados provisional al cierre del primer ejercicio de actividad. que contemple dos escenarios respecto al objetivo de cifra de ventas: normal y pesimista.6.5.Valoración respecto a la viabilidad del proyecto. VAN+Ratios.

ANEXOS.Aquí se presentarán todos los documentos que es necesario cumplimentar en el desarrollo de los apartados anteriores.

BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES UTILIZADAS.

5.2.3- Foros.

Se debe tener en cuenta que, por norma general, la **participación libre, el debate o las consultas en los foros no son objeto de evaluación directa.** Por tanto, no se puede asignar una calificación basada únicamente en la frecuencia de las intervenciones o en el volumen de mensajes del alumnado.

Sin embargo, de conformidad con el artículo 35.2 de la Orden de 11 de febrero de 2026, **sí podrá utilizar el foro como instrumento de evaluación cuando este se articule como una tarea formal** dentro de la programación didáctica. En tal caso, la evaluación deberá centrarse de forma exclusiva en la calidad y el rigor técnico de la aportación mediante la correspondiente rúbrica, sin valorar la cantidad de interacciones realizadas.

5.2.4.- Tareas de Recuperación y Mejoras de Competencia.

Las **tareas de recuperación y las actividades de mejora de competencias** (subida de nota) son mecanismos de evaluación continua orientados a garantizar que el alumnado alcance o profundice en los Resultados de Aprendizaje (RA) del módulo.

En las modalidades virtual y semipresencial, al tener una sola convocatoria por curso, estas actividades de refuerzo y mejora se llevarán a cabo durante el periodo comprendido entre la última sesión de evaluación parcial y la evaluación final. Es decir, tras las pruebas de febrero/parciales y antes del cierre de las actas de junio.

Estas tareas emplean las mismas rúbricas o ponderaciones fijadas en el diseño inicial del módulo.

La Orden de 18 de septiembre de evaluación establece estas tareas han de vincularse a los RA y CE de evaluación del módulo. **A continuación, se debe detallar:**

- En qué consistirán estas actividades.
- Se indica en qué momento se van a realizar.

Debes conocer

La **realización de estas tareas no se aplican sobre las pruebas presenciales, sino sobre las tareas realizadas en las diferentes unidades.** Al desarrollarse de manera telemática no podrán recuperarse o mejorar competencias en aquellas actividades que sean de carácter presencial.

La calificación final será la más alta obtenida para cada uno de los criterios comparando con la media de las tareas realizadas con anterioridad, independientemente de que se trate de recuperación o mejora de competencia.

Tabla para tareas de recuperación o mejora

Tareas de Recuperación y mejora de competencias	RA Implicados	CE Implicados	Fecha de Realización
Prueba escrita	Todos	Todos	Junio 2027

5.2.5.- Prueba objetiva de recuperación de la pérdida de la evaluación continua.

La pérdida de la evaluación continua viene recogida en el Decreto 147/2025, de 17 de septiembre, la Orden de 18 de septiembre de 2025 y la Orden de 11 de febrero de 2026.

El proyecto educativo del centro determina que la pérdida de la evaluación continua en esta modalidad se producirá cuando supere el 20% de faltas de asistencia a las sesiones presenciales, con independencia de que las faltas estén justificadas.

Estas tareas emplean las mismas rúbricas o ponderaciones fijadas en el diseño inicial del módulo.

La Orden de 18 de septiembre de evaluación establece que estas tareas han de vincularse a los RA y CE de evaluación del módulo. A continuación, se debe detallar:

- En qué consistirán estas actividades.
- Se indica en qué momento se van a realizar.

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.

El periodo previsto para realizar las actividades se realizará en las fechas siguientes y se organizará como se recoge a continuación:

Entre el 22 de mayo y el 25 de junio se dedicará a explicar y reforzar las partes del proyecto que quedarán pendientes y se establecerá un horario para las exposiciones del mismo.

Debes conocer

La realización de estas tareas no se aplica sobre las pruebas presenciales, sino sobre las tareas realizadas en las diferentes unidades. Al desarrollarse de manera telemática, no podrán recuperarse o mejorar competencias en aquellas actividades que sean de carácter presencial.

En función de cómo se desarrolle la prueba, se obtendrá la calificación final, se informará al alumnado de qué forma se va aplicar.

Tabla de propuesta de pruebas ante la pérdida de evaluación continua.

Prueba objetiva para la recuperación de la pérdida de evaluación continua	RA Implicados	CE implicados	Fecha de Realización
Prueba escrita	Todos	Todos	Junio 27

5.3.- Calificación final y superación del módulo.

Calificación del módulo en el centro educativo

El marco que regula los requisitos y procedimientos para la superación de módulos profesionales en la Oferta Modular Diferenciada en Andalucía se rige de manera conjunta por el Decreto 147/2025, de 17 de septiembre, las Órdenes de Evaluación (18 de septiembre de 2025), de Oferta Modular (11 de febrero de 2026), así como por las Instrucciones de evaluación de la Dirección General de Formación Profesional y las instrucciones de 20 de mayo de 2026.

Con carácter general, para superar un módulo:

- Se requiere una calificación final numérica entera entre 5 y 10 puntos. Las calificaciones inferiores a 5 se consideran negativas (no superadas).
- Se han superado los Resultados de Aprendizaje en tu programación para garantizar el logro de las competencias.

Por otra parte, debes tener en cuenta que:

- Es un requisito legal inexcusable que el alumnado realice la prueba presencial final obligatoria del mes de junio.
- Esta calificación se armonizará con el seguimiento continuo solo si se ha alcanzado el cinco en las pruebas presenciales de febrero y junio.

La prueba presencial del mes de junio se considerará superada cuando la calificación de la misma sea igual o superior a **5,0 puntos** y se haya obtenido una nota igual o superior a **5,0** en cada una de las partes o bloques obligatorios que la componen.

Si la calificación de la prueba presencial del mes de junio es inferior a 5,0 (o no se alcanza la calificación mínima exigida en alguna de sus partes), el módulo se considerará **no superado**. En este supuesto, la calificación final máxima a la que el alumnado podrá optar en las actas de evaluación será de **4 (Insuficiente)**, con independencia de la calificación obtenida al aplicar la media ponderada a los diferentes Resultados de Aprendizaje y Criterios de Evaluación trabajados en la evaluación continua.

La calificación final del módulo en el centro educativo se obtendrá a partir de la media ponderada de los diferentes Resultados de Aprendizaje y Criterios de Evaluación trabajados, los cuales serán evaluados sobre 10 puntos a través de los instrumentos descritos en el punto 5.1 de esta programación. La superación aislada de un instrumento de evaluación (como por ejemplo la prueba presencial) no conlleva la superación directa del módulo.

En la Moodle Centro se publicará el CRONOGRAMA DEL PROYECTO donde se recogerán las instrucciones para el desarrollo del proyecto y los criterios de calificación con su correspondiente ponderación en la calificación final.

Formarán parte de los criterios de calificación:

A) La asistencia al seguimiento del proyecto, esto es, la entrega de las partes del proyecto en sus respectivos plazos,

B) El resultado del proyecto, entendido como:

1- El formato y presentación del proyecto.

2- El desarrollo, resolución del trabajo y conclusiones.

3- Exposición y defensa.

En la exposición se tendrá en cuenta la capacidad de transmisión de conocimientos, la seguridad y coherencia en la exposición, el uso correcto del lenguaje siendo este fluido, rico y variado y la captación de la atención con un discurso ameno y todas las técnicas de comunicación y ventas aprendidas en los módulos de Técnicas de Venta y Negociación y Políticas de Marketing.

La calificación del módulo profesional de Proyecto será numérica entre 0 y 10, sin decimales, considerándose positiva las calificaciones iguales o superiores a 5 puntos.

Superación del módulo

Para superar el módulo profesional será requisito indispensable haber obtenido una calificación igual o superior a 5,0 en el centro educativo

6.- Formación en Empresa u Organismo equiparado.

Este módulo NO ES DUALIZABLE de acuerdo con la normativa.

7. Bibliografía.

Recomendación

Libros

- Artal, M. Dirección de Ventas: Organización del Departamento de Ventas y Gestión de Vendedores. Ed. ESIC. Madrid 2011.

-Duro, I. Psicología Comercial Positiva. Ed. Bankia. Madrid 2011.

-wILLIAN URI, rOGER fICHER (2011) btenga el si: el arte de negociar sin ceder (en papel) ediciones gestión 2000.

- STEPHEN I. cOVEY, (2003) : LOS SIETE HÁBITOS DELA GENTE ALTAMENTE EFECTIVA, pAIDOS.

- Font Barrot, A. Las Doce Leyes de la Negociación. Ed. Conecta . Barcelona 2013.

Web

- Alimarket http://www.alimarket.es/home
- Asociación Española de Centros y Parques Comerciales http://www.aedecc.com/
- Distribución Actualidad http://www.distribucionactualidad.com/
- Expansión http://www.expansion.com/empresas/distribucion.html
- MERCASA http://mercasa.es/
- Tormo http://www.tormo.com/

8. Recursos necesarios.

Recomendación

- Ordenador con acceso a Internet y a la plataforma de la Junta de Andalucía. Plataforma Online Educación a Distancia. https://educacionadistancia.juntadeandalucia.es/adistancia
- Sistemas operativos Windows 7/10, Windows Server 2012/2016 y Ubuntu 19.04/20.04.
- Navegador Internet Explorer/Mozilla/Chrome/Opera/Safari para el acceso a Internet.
- Suite Microsoft Office y/o OpenOffice.
- Internet: Redes Sociales, Google adword, MailChimp, Google analityc, Twitter, Facebook, Pinterest, etc.