

1. Identificación da programación
Centro educativo

Código	Centro	Concello	Ano académico
36015159	Chan do Monte	Marín	2022/2023

Ciclo formativo

Código da familia profesional	Familia profesional	Código do ciclo formativo	Ciclo formativo	Grao	Réxime
COM	Comercio e márketing	CSCOM04	Márketing e publicidade	Ciclos formativos de grao superior	Réxime xeral-ordinario

Módulo profesional e unidades formativas de menor duración (*)

Código MP/UF	Nome	Curso	Sesións semanais	Horas anuais	Sesións anuais
MP1010	Investigación comercial	2022/2023	5	132	158
MP1010_00	Investigación comercial	2022/2023	5	132	158

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

Profesorado responsable

Profesorado asignado ao módulo	MARÍA ÁUREA PEDROSA RODRÍGUEZ
Outro profesorado	

Estado: Pendente de supervisión inspector

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

O novo contexto económico e social marcado por unha rápida globalización da economía, a incorporación de novas tecnoloxías,..... fai que cada vez máis sexa necesario establecer unha total vinculación e relación permanente entre o sistema educativo e produtivo, para lograr un nivel de calidade de vida na sociedade actual, que permita aos cidadáns exercer o seu dereito a ser cualificados axeitadamente ao longo de toda a vida, para non ser excluídos dun contexto que evoluciona rapidamente, esixindo polivalencia, mobilidade e competitividade para desenvolverse con total normalidade nunha contorna económica e social cada vez máis global e internacional. Esta demanda do sistema produtivo globalizado a necesidade de saír aos mercados exteriores na procura de novos investimentos e accións comerciais é o que xustifica, en grande medida, a necesidade dos coñecementos abarcados no C.S. de Marketing e Publicidade aportando, precisamente, esos profesionais necesarios na empresa actual.

Centrándonos no radio de acción na que nos atopamos, a contorna produtiva de Marín baséase en pemes e no sector servizos fundamentalmente, empresas nas que en todas se realizan tarefas de carácter comercial, polo que o currículo adecúase ás necesidades e características de ditas empresas.

Ante el panorama descrito pódese comprender que os estudos en Marketing e Publicidade xogan un papel básico no progreso económico no ámbito produtivo xa que aportan as empresas un capital humano ben formado e adaptado ao mundo empresarial globalizado actual no que nos atopamos.

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

U.D.	Título	Descrición	Duración (sesións)	Peso (%)
1	O MERCADO.	Definición de mercado e tipos.Segmentación de mercados.	12	8
2	ANALISE DAS VARIABLES DO MERCADO NO ENTORNO DA EMPRESA.	O sistema comercial.Variables controlables e non controlables.O entorno :macroentorno e microentorno.O sistema de información no márketing.	10	6
3	INTRODUCCIÓN A ESTATÍSTICA .	Xeneralidades.O proceso estatístico.Series estatísticas.Representación gráfica.Medidas de posición:media	10	6
4	ESTUDIO DO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR	Necesidades do consumidor.Tipoloxía de consumidores.Análise do proceso de compra do consumidor final. Determinantes do proceso de compra.	10	6
5	INVESTIGACIÓN COMERCIAL. ELABORACIÓN DO PLAN DE INVESTIGACIÓN COMERCIAL.	Concepto e finalidade.Requisitos.Tipos de investigación comercial.Aplicacións.A Investigación comercial en España.Aspectos éticos da Investigación Comercial.O proceso metodolóxico da investigación comercial.Diseño e elaboración dun plan de investigación comercial.Fuentes de información	10	6
6	INTRODUCCIÓN A ESTATÍSTICA II.	Medidas de posición:Mediana e Modas.Outra:centiles,percentiles e cuartiles	10	6
7	OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN PRIMARIA:TÉCNICAS CUALITATIVAS	Técnicas de investigación cualitativa:a entrevista,a dinámica de grupos,técnicas proxectivas e outras	10	6
8	OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN PRIMARIA:TÉCNICAS CUANTITATIVAS	Técnicas de investigación cuantitativa:enquisas, paneis,cuestionarios	15	10
9	ORGANIZACIÓN DA INFORMACIÓN SECUNDARIA .	Métodos e técnicas de obtención de información secundaria.Organización dos datos obtidos.Presentación de resultados e incorporación á base de datos.	12	8
10	INTRODUCCIÓN A ESTATÍSTICA III.	Medidas de dispersión,asimetría e apuntamento	10	6
11	DETERMINACIÓN DAS CARACTERÍSTICAS e TAMAÑO da MOSTRA DUNHA POBOACIÓN.	Conceptos básicos.Tipos de muestreo.O proceso de muestreo.A inferencia estatística. Tipos de estimación	15	10
12	ESTADÍSTICA IV	Regresión e correlación	12	8
13	OBTENCIÓN, CORRECCIÓN e TABULACIÓN DE DATOS	Preparación dos datos. Verificación de cuestionarios.Codificación e tabulación dos datos. Representación gráfica. Elaboración de informes comerciais.	12	8
14	INTRODUCCIÓN A ESTATÍSTICA IV.	Números índices e series temporales	10	6

4. Por cada unidade didáctica

4.1.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
1	O MERCADO.	12

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

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

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

Criterios de avaliación
CA1.4 Identifícanse as principais organizacións e institucións económicas que regulan a actividade dos mercados ou inflúen nela.
CA1.7 Aplicáronse os principais métodos de segmentación de mercados, utilizando distintos criterios.
CA1.8 Definíronse os tipos de estratexias comerciais, aplicando a segmentación do mercado.

4.1.e) Contidos

Contidos
Segmentación de mercados: finalidade, requisitos e criterios de segmentación.
Mercado: estrutura e límites; clasificación atendendo a distintos criterios.

4.2.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
2	ANALISE DAS VARIABLES DO MERCADO NO ENTORNO DA EMPRESA.	10

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA1 - Analiza as variables do mercado e do contorno da empresa ou organización, con valoración da súa influencia na actividade da empresa e na aplicación das estratexias comerciais.	NO
RA2 - Configura un sistema de información de márketing (SIM) adaptado ás necesidades de información da empresa, definindo as fontes de información, os procedementos e as técnicas de organización dos datos.	NO

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

Criterios de avaliación
CA1.1 Identifícanse as variables do sistema comercial controlables e non controlables pola empresa que cumpra ter en conta para a definición e a aplicación de estratexias comerciais.
CA1.2 Analizáronse os efectos dos principais factores do microcontorno na actividade comercial da organización.
CA1.3 Analizouse o impacto das principais variables do macrocontorno na actividade comercial da empresa ou organización.
CA2.1 Determináronse as necesidades de información da empresa para a toma de decisións de márketing.
CA2.2 Clasificouse a información en función da súa natureza, da orixe ou procedencia dos datos e da dispoñibilidade destes.
CA2.3 Caracterizáronse os subsistemas que integran un SIM, analizando as funcións e os obxectivos de cada uno.
CA2.4 Identifícanse os datos que procesa e organiza un sistema de información de márketing.
CA2.5 Analizáronse as características de idoneidade que debe posuír un SIM, o seu tamaño, a súa finalidade e os seus obxectivos, en función das necesidades de información da empresa ou organización.
CA2.6 Clasifícanse os datos segundo a fonte de información da que procedan.

4.2.e) Contidos

Contidos
Sistema comercial: variables controlables e non controlables.
Variables non controlables: mercado e contorno.
Análise económica, demográfica, sociocultural, tecnolóxica, ambiental e político-legal dos elementos do macrocontorno.
Análise dos factores do microcontorno: competencia, entidades distribuidoras e subministradoras, e institucións.
Necesidade de información para a toma de decisións de márketing.
Tipos de información: segundo a súa natureza, a súa orixe e a súa dispoñibilidade.
Sistema de información de márketing (SIM): concepto e finalidade.
Estrutura do SIM: subsistemas que o integran.
Investigación comercial: concepto e finalidade; aplicacións.
Aspectos éticos da investigación comercial. Código CCI/ESOMAR.

4.3.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
3	INTRODUCCIÓN A ESTADÍSTICA .	10

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA2 - Configura un sistema de información de márketing (SIM) adaptado ás necesidades de información da empresa, definindo as fontes de información, os procedementos e as técnicas de organización dos datos.	NO

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

Criterios de avaliación
CA2.7 Aplicáronse técnicas estatísticas para o tratamento, análise e a organización dos datos, e para os transformar en información útil para a toma de decisións da empresa ou organización.

4.3.e) Contidos

Contidos
Codificación e tabulación dos datos Representación gráfica dos datos. Tipos de datos: cuantitativos e cualitativos. Técnicas de análise. Estatística descritiva: medidas de tendencia central, de dispersión e de forma. Técnicas de análise probabilística.

4.4.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
4	ESTUDO DO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR	10

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

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

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

Criterios de avaliación
CA1.5 Analizáronse as necesidades das persoas consumidoras e clasificáronse segundo a xerarquía ou a orde de prioridade na súa satisfacción.
CA1.6 Analizáronse as fases do proceso de compra das persoas consumidoras e as variables internas e externas que inflúen nese proceso.

4.4.e) Contidos

Contidos
Estudo do comportamento das persoas consumidoras: tipos.
Necesidades das persoas consumidoras: tipos e xerarquía das necesidades.
Análise do proceso de compra do consumidor ou a consumidora final: fases e variables.
Análise do proceso de compra do consumidor industrial: fases e variables.

4.5.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
5	INVESTIGACION COMERCIAL.ELABORACIÓN DO PLAN DE INVESTIGACIÓN COMERCIAL.	10

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA2 - Configura un sistema de información de márketing (SIM) adaptado ás necesidades de información da empresa, definindo as fontes de información, os procedementos e as técnicas de organización dos datos.	NO
RA3 - Elabora o plan da investigación comercial, definindo os obxectivos e a finalidade do estudo, as fontes de información e os métodos e as técnicas aplicables para a obtención, o tratamento e a análise dos datos.	SI

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

Criterios de avaliación
CA2.8 Utilizáronse ferramentas informáticas para o tratamento, o rexistro e a incorporación da información á base de datos da empresa, así como a súa actualización permanente, de xeito que se poida utilizar e consultar con axilidade e rapidez.
CA3.1 Estableceuse a necesidade de realizar un estudo de investigación comercial.
CA3.2 Identificáronse as fases dun proceso de investigación comercial.
CA3.3 Identificouse e definiuse o problema ou a oportunidade que se presenta na empresa e que se pretenda investigar.
CA3.4 Estableceuse o propósito da investigación que cumpra realizar, determinando a necesidade de información, o tempo dispoñible para a investigación e o destino ou a persoa que vaia utilizar os resultados da investigación.
CA3.5 Formuláronse de xeito claro e concreto os obxectivos xerais e específicos da investigación, expresados como cuestións que cumpra investigar ou hipóteses que se vaian contrastar.
CA3.6 Determinouse o deseño ou o tipo de investigación que cumpra realizar (exploratoria, descritiva ou causal), en función dos obxectivos.
CA3.7 Elaborouse o plan da investigación, establecendo o tipo de estudo que se deba realizar, a información que cumpra obter, as fontes de datos, os instrumentos para a obtención da información, as técnicas para a análise dos datos e o orzamento necesario.
CA3.8 Identificáronse as fontes de información, primarias e secundarias, internas e externas, que poidan facilitar a información necesaria para a investigación, atendendo a criterios de fiabilidade, representatividade e custo.

4.5.e) Contidos

Contidos
Proceso metodolóxico da investigación comercial: fases.
Identificación e definición do problema que cumpra investigar.
Definición do propósito ou a finalidade da investigación.
Determinación dos obxectivos da investigación: cuestións para investigar ou hipóteses para contrastar.
Deseño da investigación e elaboración do plan da investigación comercial.
Tipos de deseños de investigación: estudos exploratorios, descritivos e experimentais.
Orzamento dun estudo comercial.
Fontes de información: internas e externas, primarias e secundarias.

4.6.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
6	INTRODUCCIÓN A ESTADÍSTICA II.	10

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA2 - Configura un sistema de información de márketing (SIM) adaptado ás necesidades de información da empresa, definindo as fontes de información, os procedementos e as técnicas de organización dos datos.	NO
RA7 - Realiza o tratamento e análise dos datos obtidos e elabora informes coas conclusións, aplicando técnicas de análise estatístico e ferramentas informáticas.	NO

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

Criterios de avaliación
CA2.6 Clasifícanse os datos segundo a fonte de información da que procedan.
CA7.1 Codifícanse, tabuláronse e representáronse graficamente os datos obtidos na investigación comercial, de acordo coas especificacións recibidas.

4.6.e) Contidos

Contidos
Estatística descritiva: medidas de tendencia central, de dispersión e de forma.
Series temporais. Estimación de tendencias. Deflación de series temporais.

4.7.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
7	OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN PRIMARIA:TÉCNICAS CUALITATIVAS	10

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA5 - Obtén información primaria de acordo coas especificacións e os criterios establecidos no plan de investigación, aplicando procedementos e técnicas de investigación cualitativa e/ou cuantitativa para a obtención de datos.	NO

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

Criterios de avaliación
CA5.1 Identifícanse as técnicas e os procedementos para a obtención de información primaria en estudos comerciais e de opinión, de acordo cos obxectivos establecidos no plan de investigación comercial.
CA5.2 Defínense os parámetros esenciais para xulgar a fiabilidade e a relación entre custo e beneficio dos métodos de recollida de información de fontes primarias.
CA5.3 Determináronse os instrumentos necesarios para obter información cualitativa, mediante a observación e/ou entrevistas en profundidade, dinámica de grupos, técnicas proxectivas e técnicas de creatividade, definindo a súa estrutura e o seu contido.

4.7.e) Contidos

Contidos
Técnicas de recollida de información das fontes primarias.
Técnicas de investigación cualitativa: entrevistas en profundidade, focus group, técnicas proxectivas, técnicas de creatividade e observación.

4.8.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
8	OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN PRIMARIA:TÉCNICAS CUANTITATIVAS	15

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA5 - Obtén información primaria de acordo coas especificacións e os criterios establecidos no plan de investigación, aplicando procedementos e técnicas de investigación cualitativa e/ou cuantitativa para a obtención de datos.	NO

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

Criterios de avaliación
CA5.4 Diferenciáronse os tipos de enquisas ad hoc para a obtención de datos primarios, e analizáronse as vantaxes e os inconvenientes da enquisa persoal, por correo, por teléfono ou a través de internet.
CA5.5 Descríbense as vantaxes do uso de medios informáticos en enquisas persoais, telefónicas ou a través da web (CAPI, MCAPI, CATI e CAWI).
CA5.6 Seleccionouse a técnica e o procedemento de recollida de datos máis axeitados a partir duns obxectivos de investigación, tempo e orzamento determinados.
CA5.7 Deseñáronse os cuestionarios e a guía da entrevista ou enquisa necesarios para obter a información de acordo coas instrucións recibidas, e comprobose a redacción, a comprensibilidade e a coherencia das preguntas, a extensión do cuestionario e a duración
CA5.8 Descríbense os paneis como instrumentos de recollida de información primaria cuantitativa, e analizáronse diferentes tipos de paneis de consumidores, de retalistas e paneis de audiencias.

4.8.e) Contidos

Contidos
Técnicas de investigación cuantitativa: enquisas, paneis, observación e experimentación.
Tecnoloxías da información e da comunicación aplicadas á investigación comercial: CAPI, MCAPI, CATI e CAWI.
Cuestionario: metodoloxía para o seu deseño.

4.9.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
9	ORGANIZACIÓN DA INFORMACIÓN SECUNDARIA .	12

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA2 - Configura un sistema de información de márketing (SIM) adaptado ás necesidades de información da empresa, definindo as fontes de información, os procedementos e as técnicas de organización dos datos.	NO
RA4 - Organiza a información secundaria dispoñible, de acordo coas especificacións e os criterios establecidos no plan de investigación, valorando a suficiencia dos datos respecto aos obxectivos da investigación.	SI

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

Criterios de avaliación
CA2.8 Utilizáronse ferramentas informáticas para o tratamento, o rexistro e a incorporación da información á base de datos da empresa, así como a súa actualización permanente, de xeito que se poida utilizar e consultar con axilidade e rapidez.
CA4.1 Seleccionáronse os datos das fontes de información en liña e fóra de liña, dos sistemas de información de mercados e bases de datos internas e externas, de acordo cos criterios, os prazos e o orzamento establecidos no plan de investigación comercial.
CA4.2 Establecéronse procedementos de control para asegurar a fiabilidade e a representatividade dos datos obtidos das fontes secundarias, e para rexeitar os que non cumpran os estándares de calidade, actualidade e seguridade.
CA4.3 Clasificouse e organizouse a información obtida das fontes secundarias, e presentouse de xeito ordenado para a súa utilización na investigación, no deseño do traballo de campo ou na posterior fase de análise de datos.
CA4.4 Analizouse a información dispoñible, tanto cuantitativamente, para determinar se é suficiente para desenvolver a investigación, como cualitativamente, aplicando criterios utilidade, fiabilidade e representatividade, para avaliar a súa adecuación ao obxect
CA4.5 Detectáronse as necesidades de completar a información obtida coa información primaria, comparando o grao de satisfacción dos obxectivos formulados no plan de investigación coa información obtida de fontes secundarias.
CA4.6 Procesouse e arquivouse a información, os resultados e as conclusións obtidas, utilizando os procedementos establecidos, para a súa posterior recuperación e consulta, de xeito que se garanta a súa integridade e actualización permanente.

4.9.e) Contidos

Contidos
Métodos e técnicas de obtención de información secundaria.
Motores de procura e criterios de selección de fontes de información secundaria.
Obtención de datos das fontes de información en liña e fóra de liña, e das bases de datos internas e externas.
Organización dos datos obtidos.
Análise cuantitativa e cualitativa da información.
Presentación dos datos.

4.10.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
10	INTRODUCCIÓN A ESTADÍSTICA III.	10

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA2 - Configura un sistema de información de márketing (SIM) adaptado ás necesidades de información da empresa, definindo as fontes de información, os procedementos e as técnicas de organización dos datos.	NO

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

Criterios de avaliación
CA2.6 Clasifícanse os datos segundo a fonte de información da que procedan.

4.10.e) Contidos

Contidos
Estadística descritiva: medidas de tendencia central, de dispersión e de forma.

4.11.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
11	DETERMINACIÓN DAS CARACTERÍSTICAS e TAMANO da MOSTRA DUNHA POBOACIÓN.	15

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA6 - Determina as características e o tamaño da mostra da poboación obxecto da investigación, aplicando técnicas de mostraxe para a selección da mostra.	SI

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

Criterios de avaliación
CA6.1 Identifícanse as variables que inflúen no cálculo do tamaño da mostra nun estudo comercial.
CA6.2 Caracterízanse os métodos e as técnicas de mostraxe probabilística e non probabilística aplicables para a selección dunha mostra representativa da poboación nunha investigación comercial, e analízanse as súas vantaxes e os seus inconvenientes.
CA6.3 Analízanse comparativamente as técnicas de mostraxe probabilística e non probabilística, e sinaláronse as súas vantaxes e os seus inconvenientes.
CA6.4 Describiuse o proceso de desenvolvemento da mostraxe aleatoria simple, e analízanse as súas vantaxes e as limitacións que leva consigo.
CA6.5 Describiuse o proceso de mostraxe, aplicando as técnicas de mostraxe probabilística, sistemática, estratificada, por conglomerados ou por áreas, polietápica e por ruta aleatoria, e analízanse as vantaxes e os inconvenientes.
CA6.6 Analízouse o proceso de mostraxe, aplicando técnicas de mostraxe non probabilística, por conveniencia, por xuízos, por cotas e bóla de neve.
CA6.7 Calculouse o tamaño óptimo da mostra, as características e os elementos que a compoñen, e o procedemento aplicable para a súa obtención.

4.11.e) Contidos

Contidos
Conceptos básicos de mostraxe: poboación, universo, marco mostral, unidades mostrais e mostra.
Cálculo do erro de mostraxe.
Tipos de mostraxe: probabilísticos e non probabilísticos.
Fases dun proceso de mostraxe.
Mostraxes aleatorias ou probabilísticas: aleatoria simple, sistemática, estratificada, por conglomerados, por áreas e por ruta aleatoria.
Mostraxes non probabilísticas: de conveniencia, por xuízos, por cotas e bóla de neve.
Factores que inflúen no tamaño da mostra: nivel de confianza, erro de mostraxe, etc.
Cálculo do tamaño da mostra.
Erros mostrais e non mostrais.

4.12.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
12	ESTADÍSTICA IV	12

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA2 - Configura un sistema de información de márketing (SIM) adaptado ás necesidades de información da empresa, definindo as fontes de información, os procedementos e as técnicas de organización dos datos.	NO

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

Criterios de avaliación
CA2.6 Clasifícaronse os datos segundo a fonte de información da que procedan.

4.12.e) Contidos

Contidos
Estimación puntual e por intervalos. Intervalos de confianza. Inferencia estatística. Técnicas de regresión lineal e correlación simple. Axuste de curvas. Estrutura e funcións das bases de datos.

4.13.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
13	OBTENCIÓN, CORRECCIÓN e TABULACIÓN DE DATOS	12

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA7 - Realiza o tratamento e análise dos datos obtidos e elabora informes coas conclusións, aplicando técnicas de análise estatístico e ferramentas informáticas.	NO
RA8 - Xestiona bases de datos relacionais, de acordo cos obxectivos da investigación, determinando os formatos máis axeitados para a introdución, recuperación e presentación da información con rapidez e precisión.	SI

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

Criterios de avaliación
CA7.1 Codifícanse, tabuláronse e representáronse graficamente os datos obtidos na investigación comercial, de acordo coas especificacións recibidas.
CA7.5 Utilizáronse follas de cálculo para a análise dos datos e o cálculo das medidas estatísticas.
CA7.6 Obtivéronse conclusións salientables a partir da análise da información obtida da investigación comercial realizada.
CA7.7 Presentáronse os datos obtidos na investigación, convenientemente organizados, en forma de táboas estatísticas, e coas representacións gráficas máis axeitadas.
CA7.8 Elaboráronse informes cos resultados obtidos da análise estatística e as conclusións da investigación, utilizando ferramentas informáticas.
CA7.9 Incorporáronse con rapidez e precisión os datos e os resultados da investigación a unha base de datos no formato máis axeitado para a introdución, a recuperación e a presentación da información.
CA8.1 Identifícanse os elementos que conforman unha base de datos, as súas características e as utilidades aplicables á investigación comercial.
CA8.2 Deseñouse unha base de datos relacional de acordo cos obxectivos da investigación comercial.
CA8.3 Identifícanse os tipos de consultas dispoñibles nunha base de datos e analízase a funcionalidade de cada un.
CA8.4 Realizáronse procuras avanzadas de datos e consultas de información dirixidas de diversos tipos.
CA8.5 Manéxanse as utilidades dunha aplicación informática de xestión de bases de datos para consultar, procesar, editar, archivar e manter a seguridade, a integridade e a confidencialidade da información.
CA8.6 Deseñáronse diversos formatos de presentación da información, utilizando as ferramentas dispoñibles.
CA8.7 Identifícanse os datos que cumpra presentar e determináronse os ficheiros que os conteñen, ou créanse os ficheiros que deberan contelos.
CA8.8 Créanse as etiquetas ou os informes necesarios, presentando a información solicitada de xeito ordenado e sintético, nos formatos axeitados á súa funcionalidade.
CA8.9 Créanse os formularios acordados necesarios para a introdución de datos de xeito personalizado ou utilizando ferramentas de creación automatizada.

4.13.e) Contidos

Contidos
0Contraste de hipóteses.
Extrapolación dos resultados da mostra á poboación obxecto de estudo.
Elaboración de informes comerciais cos resultados da análise estatística de datos e as conclusións da investigación.

Contidos

Presentación de datos e anexos estatísticos: táboas, cadros e gráficos.

Deseño dunha base de datos.

Procuras avanzadas de datos.

Consultas de información dirixidas.

Mantemento e actualización da base de datos.

Creación e desenvolvemento de formularios e informes.

4.14.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
14	INTRODUCCIÓN A ESTADÍSTICA IV.	10

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA2 - Configura un sistema de información de márketing (SIM) adaptado ás necesidades de información da empresa, definindo as fontes de información, os procedementos e as técnicas de organización dos datos.	NO
RA7 - Realiza o tratamento e análise dos datos obtidos e elabora informes coas conclusións, aplicando técnicas de análise estatístico e ferramentas informáticas.	NO

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

Criterios de avaliación
CA2.6 Clasifícanse os datos segundo a fonte de información da que procedan.
CA7.2 Calculáronse as medidas estatísticas de tendencia central e de dispersión de datos máis significativas, e as medidas que representan a forma da distribución.
CA7.3 Aplícanse técnicas de inferencia estatística para extrapolar os resultados obtidos na mostra á totalidade da poboación cun determinado grao de confianza e admitindo un determinado nivel de erro mostral.
CA7.4 Determináronse os intervalos de confianza e os erros de mostraxe.

4.14.e) Contidos

Contidos
Técnicas de regresión e correlación múltiple.
Números índices.

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

MÍNIMOS ESIXIBLES PARA ACADAR A AVALIACIÓN POSITIVA

Todos os indicados no apartado 4.c .

AVALIACIÓNS e CRITERIOS DE CUALIFICACIÓN

Cómpre indicar que dacordo co dito no módulo obxecto da presente programación realizarase a avaliación ao longo de todo o proceso formativo do alumnado, tendo un carácter continuo. Comezaremos coa avaliación inicial dos alumnos ,as avaliacións parciais e a avaliación final .

AVALIACIÓN INICIAL.-

Realizarase nos primeiros días de comezo de curso mediante un cuestionario no que se intentará indagar o coñecemento previo do módulo e os coñecementos estatísticas que teña o alumnado.,tamén se preguntará polas súas expectativas co módulo unha vez explicado o seu desenvolvemento en liñas xerais e tamén polas súas expectatiavs cara ao ciclo e recollerá as especiais condicións (familiares, laborais, etc) daqueles alumnos que o manifesten.Todo elo será plasmado nun informe que se achegará ao titor do ciclo na sesión de avaliación inicial.

AVALIACIÓNS PARCIAIS

No curso actual 2022-23 teremos 3 sesións de avaliación (unha por trimestre): a primeira que abrangue dende comezo do curso ata o 30 de novembro; a segunda a continuación ata primeiros de marzo e a terceira desde o mes de marzo ata o final de curso a principios de xuño.

A)Na Primeira avaliación realizaranse dous exames. Cada un deles consta de contidos teóricos e contidos prácticos. O primeiro exame comprenderá as unidades didácticas 1, 2 e 3 e o segundo exame as unidades 4,5 e 6. A superación de cada exame acádase cunha nota numérica de 4 o superior. A puntuación do exames será a seguinte:

1º PARTE TEÓRICA: 3 preguntas valoradas con 5 puntos (1ª TEÓRICA-2 puntos. TIPO TEST-20 APARTADOS A 0,10 CADA UNHA SEN DESCONTAR POR RESPONSTAS NEGATIVAS; 2ª teórica-2 puntos -Citar sen explicar ou encher ocos-10 apartados a 0,20 cada un, 3ª teórica-1 punto-2 preguntas definicións breves a 0,5 puntos cada unha.

2º PARTE PRACTICA: 5 preguntas a 1 punto cada unha

.PONDERACIÓN:TEORÍA-50%,PRACTICA-50%

A nota de avaliación formárase coa media das notas acadadas nos dous exames, esixindo un mínimo dun 4 en cada un, así se un alumno obtivo no primeiro examen un 0 e no segundo un 7 non cumpriría a condición esixida tendo unha nota de avaliación de 4 e tendo que recuperar a parte non superada. Sen embargo, un alumno con nota de 4 nun e 6 noutro teríao superado con nota de 5. A ponderación dos exames realizados na nota de avaliación será dun 80%.

Á nota obtida nos exames engadirase a:

B)Valoranse as actividades de participación do alumno nas actividades diarias (exercicios, resolución de problemas,..) de xeito que a corrección voluntaria dos mesmos supón unha nota de 0,10 a engadir a nota da avaliación fixando un máximo de 1 punto neste concepto

A realización de traballos propostos polo profesor será voluntaria por parte do alumnado. Ditos traballos versarán sobre contidos tratados no

módulo e terán unha valoración máxima de 1 punto dos que 0,25 corresponde á memoria do traballo e o resto ao propio traballo en sí (orixinalidade, rigurosidades, contidos apropiados, redacción.....). A valoración será recollida nunha táboa na que se reflectirán ditos aspectos así como a puntuación final otorgada a cada alumno.

A ponderación da participación do alumnado e dos traballos realizados será dun 20% na nota de avaliación.

A nota da 1ª avaliación parcial do módulo formarase do seguinte xeito: notas dos exames (media do primeiro e segundo, sempre que se cumpra o requisito de que cada un supere o 4)+ notas das saídas ao encerado para corrixir exercicios ou participación en actividades + nota dos traballos voluntarios. A nota máxima será de 10 e os excesos á mesma non serán tidos en conta. A nota de avaliación non poderá ter decimais. Por exemplo un/a alumno/a que obtivese un 6 no primeiro exame e un 5 no segundo cumpriría o requisito esixido (mínimo de 4) e tería unha nota neste apartado de 5,5 que ponderaría un 80% na nota de avaliación, isto é , 4,40(apartado A)

Se saíse a corrixir axeitadamente exercicios ao encerado dúas veces acadaría: 0,20 puntos e se realizase un traballo que se propuxese e se valorara con 0,5 tería neste apartado B un total de 0,70 puntos .

A nota de avaliación sería $4,40+0,70=5,10$ (non se teñen en conta os decimais)

A segunda avaliación terá tamén dous exames de similares características aos descritos anteriormente. O primeiro comprenderá as unidades didácticas 7 e 8 e o segundo as unidades 9 e 10. O formato será semellante ao explicado anteriormente na primeira avaliación sendo tamén aplicabéis todo o dito antes sobre as actividades de participación.

A nota de avaliación formarase de igual xeito lembrando o establecido no artigo 26 da Orde citada que dí que a cualificación dos módulos profesionais será numérica ,entre un e dez , sen decimais e se consideran positivas as puntuacións iguais ou superiores a cinco puntos. A valoración dos exames será semellante ao establecido para a primeira avaliación.

A terceira avaliación comprende as seguintes unidades didácticas :o primeiro exame - unidades 11 e 12 e o segundo exame as unidades 13 e 14 coas mesmas características indicadas anteriormente e aplicando tamén o dito sobre as notas de avaliación.

.Nos módulos superados a cualificación final coincidirá coa obtida na terceira avaliación parcial e formaríase do seguinte xeito:a nota numérica da 1ª avaliación +a nota numérica da 2ª avaliación + nota numérica da terceira avaliación.A suma divídese entre 3 e redondearase a nota, se ten decimais, coa valoración global do profesor sobre a disposición do alumnado , interese na aprendizaxe..etc.

6. Procedemento para a recuperación das partes non superadas

6.a) Procedemento para definir as actividades de recuperación

Con posterioridade a cada sesión parcial de avaliación realizarse un exame de recuperación para os alumnos que non acadasen resultados positivos. A exame terá as mesmas características que os de cada avaliación con contidos teóricos e prácticos. Os resultados acadados serán valorados consonte a seguinte escala: de 5 a 6,5 se lle dará nota de 5, de 6,5 a 7,5 nota de 6, de 7,5 a 8,5 un 7, de 8,5 a 9,5 un 8 e a partires de 9,5 un 9.

O exame terá as mesmas características que os de cada avaliación con contidos teóricos e prácticos ,so que agora se realizarán nun mesmo día. Os alumnos/as terán que realizar a recuperación daquelas partes nas que non tiveran o mínimo de 3(pode ser o primeiro exame, o segundo ou

ben os dous). No caso de ter só unha parte, gárdase a nota da outra para conformar a nota da recuperación. Teranse en conta as puntuacións das saídas ao encerado e dos traballos realizados. A nota do exame de recuperación será ponderada nun 90% e o do resto un 10%. Por exemplo, se un alumno no primeiro exame obtívese unha nota de 2, e no segundo exame tivese nota de 6 tería que recuperar o primeiro exame. Se no exame de recuperación tivese unha nota de 7 a nota da Primeira Avaliación sería: $(7 + 6)/2 = 6,5$ que pondera un 90% e daría un 5,85. A esta engadiríanse as saídas que realizara ao encerado e a nota do traballo. Supoñamos que tivese só unha saída (0,10) e non realizase ningún traballo, a nota de 0,10. A nota da recuperación sería $5,85 + 0,10 = 5,95$ e a nota (entre 5 e 6,5) sería de 5.

A nota da avaliación final será a suma das notas acadadas en cada avaliación dividida por 3 redondeando a nota tendo en conta a participación, asistencia do alumnado a actividades extraescolares, etc,....

Os alumnos con algunha avaliación parcial non superada e que teñan polo tanto algunha avaliación non superada terán que recuperala nos exames finais a celebrar no último mes de clase nos que se aplicará a escala que vimos anteriormente e a nota final se conformará de xeito semellante ao explicado.

Os alumnos que inda así non superen o módulo deberán matricularse no mesmo no vindeiro curso e programaranse coa debida antelación as correspondentes actividades de recuperación que basicamente consistirán en repasar as unidades didácticas e realizar os exercicios das mesmas.

Para os alumnos que pasen para 2º có módulo de 1º pendente, recuperarán a materia mediante a realización dunha proba escrita coa mesma estrutura e o mesmo tipo de preguntas que a esixida para a superación dos contidos mínimos na proba final do módulo.

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

Os alumnos que superen (tendo en conta os motivos laborais e persoais) o 10% de faltas de asistencia ao módulo, perderán o dereito de avaliación continua. Poderán seguir asistindo as clases do módulo e tamén aos exames inda que estes non serán valorados polo profesor da materia.

Para superar o módulo, realizarase unha proba extraordinaria de avaliación previa a avaliación final de módulos correspondente. e co correspondente aviso no taboeiro de anuncios publicaranse a data do exame que respetará as características das exames por avaliacións parciais, se ben incluíndo todas as unidades didácticas das unidades formativas ponderando nun 50% os contidos teóricos e un 50% os prácticos.

Superarase cunha nota mínima de 5 sendo necesario acadar unha nota de 2,5 en cada parte (teórica e práctica).

Se un alumno ten avaliacións parciais satisfactorias e perde o dereito posteriormente por atoparse nalgunha das seguintes situacións extraordinarias: enfermidade ou accidente propios ou de familiares, asistencia e cuidados destes, relación laboral con contrato, ou calquera outra de suficiente gravidade, estes contidos superados non se incluírán na proba final. Neste caso, a cualificación do módulo sería promediada do xeito habitual.

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

O seguimento da programación farase en www.edu.xunta.es/programacións, dando conta mensualmente nas reunións de equipo docente. No caso de modificacións na programación, xustificárase debidamente.

Ao final de curso cada docente realizará a Memoria final do módulo na que se incluírán tódalas propostas de mellora feitas durante o curso e que servirán como base para a elaboración das programacións do vindeiro curso.

Ademais realizarase a avaliación final da programación didáctica, na que se anotarán todas as incidencias acaecidas ao longo do mesmo. Esta avaliación será realizada en principio polo profesor, que anotará as observacións nun impreso que recolla todos os apartados da programación que estime deben ser tidas en conta.

Por outra banda a observación do alumnado e a realización de actividades nas primeiras semanas do curso é fundamental para coñecer a

situación de partida dos alumnos/as e do grupo-clase e propiciar a aprendizaxe significativa do alumno. O obxectivo será avaliar:
A actitude e motivación en relación ao traballo de clase e ao traballo persoal: atención ante as explicacións, preguntas... participación xeral e o esforzo ante a demanda da realización de tarefas, presentación e coidado do material ou da carpeta de traballo.

Asistencia e comportamento

Coñecementos e formación anterior.

Coñecida a situación de partida do alumno/a e as dificultades que observamos, tentaremos establecer a tempo as oportunas medidas: reforzo educativo de tipo curricular e adaptación de recursos e materiais.

8. Medidas de atención á diversidade

8.a) Procedemento para a realización da avaliación inicial

Ao comezo do curso, nas primeiras sesións proporase a realización ao alumnado dun cuestionario no que se indagará sobre aspectos educativos, de orientación etc que servirán para ter unha idea da súa motivación do porqué da súa elección e as súas expectativas. As respostas do alumnado a dito cuestionario serán tabuladas e servirán para confeccionar a avaliación inicial do alumnado.

Previamente a avaliación inicial e o día da presentación do curso ofrecerase información aos alumnos sobre as programacións que estarán á súa disposición sempre que llo requiran o profesor do módulo correspondente.

-Observación de coñecementos, procedementos e destrezas do alumno durante o primeiro mes de clase.

-Confrontación das observacións coas realizadas por outros profesores e coa información do titor.

-Realización dunha sesión específica de valoración dos alumnos ao final do primeiro mes.

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

A diversidade do alumnado no contexto dun Ciclo formativo ven determinada pola experiencia persoal (traxectoria formativa e laboral) do alumno, pola súa procedencia sociocultural, así como por determinadas necesidades especiais vinculadas a unha situación de discapacidade. Para atender as necesidades provenientes das diferencias mencionadas, se terán en conta as seguintes orientacións:

-Para o alumnado procedente do mundo laboral ou con abundante experiencia profesional, desenvolveránse determinadas actividades globalizadoras das aprendizaxes obtidas na súa práctica laboral que lles permita sistematizar as súas capacidades e relacionalas co proceso formativo do Ciclo.

-Para aqueles alumnos que padezan algún tipo de discapacidade física ou sensorial, se terán previstas as adaptacións necesarias, nos recursos didácticos, a organización do espazo na aula, as actividades de enseñanza-aprendizaxe e de avaliación, para garantir a adquisición da competencia profesional. De calquera modo, é de gran importancia introducir, nestes casos, pautas de axuda mutua e cooperación entre compañeiros e entre estes e o profesorado.

9. Aspectos transversais

9.a) Programación da educación en valores

Un conxunto de criterios básicos para a avaliación do proceso de ensinanza-aprendizaxe son os referidos ás actitudes e valores personales e profesionais que se esperan do Técnico Superior en Comercio Internacional como profesional. Polo tanto, á hora de avaliar o proceso de aprendizaxe e o de ensinanza se terá en conta o respecto, tanto por parte do profesor como do alumnado, as seguintes actitudes:

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

9.b) Actividades complementarias e extraescolares

A efectos de optimizar recursos, e difícil especificar con certeza na programación as actividades concretas que levaranse a cabo, xa que moitas delas supoñen ter a dispoñibilidade de empresas a visitar (non sempre, doado), custos de desprazamentos, número mínimo de partícipes, etc... Pode ser, moi facilmente, que se pense nun trimestre e non sexa posible, sen embargo, si poida facerse noutro. A nivel de conferenciantes (expertos), non sempre teñen un oco cando nos pensamos. E por último, pode ser que xurda nun momento unha oportunidade (unha feira, unha convención, un congreso non programados) que conveña aproveitar.

Ainda así

- Conferencias e charlas : No segundo trimestre trataríase de invitar a un experto en investigación comercial.
- Visitas a empresas e feiras: Como cada ano intentaremos levar ós alumnos a Inditex (Arteixo-A Coruña) pola relevancia que ten, para coñecer o seu departamento de vendas, o seu almacén e as súas plantas de deseño, e aproveitando a viaxe intentaremos a visita a Estrela Galicia, Aluman.....; outra posibilidade, de acordo coa programación de eventos (neste momento non dispoñible completamente) é a visita a algunha feira de exposicións ou de mostras.

10.Outros apartados

10.1) Exposición da programación do modulo.

O primer día de clase, o profesor dará a coñecer ós alumnos a programación do módulo, e indicarlles que no momento cá precisen ou a soliciten estará a súa disposición na aula virtual.

10.2) Consecuencias da falta da honestidade profesional.

No caso de que un alumno copie nun examen ou empregue métodos fraudulentos, deberá repetilo de xeito tal como está previsto nesta programación.