

PROGRAMACIÓN LOOIFP

Versión Alumnado

Centro educativo

Código	Centro	Concello	Ano académico
36015159	IES Chan do Monte	Marín	2025/2026

Datos da programación

Ensinanza	Ciclo formativo/Curso de especialización	Grao		
Graos D: Ciclos formativos	D3COM000400 - Márketing e publicidade	A		
Módulo				
MP1010 - Investigación comercial (1º)				
Tipo de oferta	Modalidade	Réxime dual	Grupo	
Réxime xeral-ordinario	Presencial	Xeral	A	
Sesiões semanais	Horas anuais	Duración Sesiões	Sesiões anuais	Sesiões centro
5	130	50	156	156

Profesorado responsable

Docentes
Nogueira Norat, Estefanía

Contido	Páxina
Concreción do currículo en relación coa súa adecuación ás características do ámbito produtivo.	3
Relación e secuencia de unidades didácticas	3
Asignación de elementos curriculares ás unidades didácticas.	4
Procedemento de avaliación inicial.	16
Criterios de cualificación e recuperación	17
Procedemento de seguimento, recuperación e avaliación das materias pendentes	18
Procedemento para definir a proba de avaliación extraordinaria para o alumnado con perda de dereito á avaliación continua	18
Medidas de reforzo educativo para o alumnado que non responda globalmente aos obxectivos programados.	18
Programación da educación en valores.	19
Actividades complementarias e extraescolares.	19
Procedemento sobre o seguimento da programación e a avaliación da propia práctica docente.	20
Outros apartados.	20

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.

Relación e secuencia de unidades didácticas

UD	Título	Descrición	% Peso materia	Nº sesións
1	Introducción a estatística	Xeneralidades. O proceso estatístico. Series estatísticas .Representación gráfica. Tabla de frecuencias: absolutas, relativas y porcentuales.	8	10
2	O mercado	Definición de mercado e tipos.Segmentación de mercados.	8	10
3	Análise das variables do mercado no entorno da empresa	O sistema comercial. Variables controlables e non controlables.O entorno :macroentorno e microentorno. O sistema de informació no márketing.	8	10
4	Estudo do comportamento do consumidor	Necesidades do consumidor.Tipoloxía de consumidores.Anáise do proceso de compra do consumidor final.Determinantes do proceso de compra.	8	10
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.Fontes de información	8	10
6	Estatística II	Medidas de posición centrais: media, mediana e moda. Medidas de posición non centrais: cuartiles, deciles e percentiles. Medidas de dispersión: Desviación típica e varianza.	8	10
7	Obtención de información primaria: técnicas cualitativas	Técnicas de investigación cualitativa:a entrevista,a dinámica de grupos,técnicas proxectivas e outras	8	12
8	Obtención de información primaria: técnicas cuantitativas	Técnicas de investigación cuantitativa:enquisas, paneis,cuestionarios	8	12

UD	Título	Descrición	% Peso materia	Nº sesións
9	Organización de información secundaria	Métodos e técnicas de obtención de información secundaria.Organización dos datos obtidos. Presentación de resultados e incorporación á base de datos.	8	12
10	Estatística III	Medidas de asimetría e apuntamento.	8	12
11	Determinación das características e tamaño da mostra dunha poboación	Conceptos básicos.Tipos de muestreo. O proceso de muestreo. Cálculo do tamaño da mostraxe. Erro da mostraxe.	5	12
12	Estatística IV	Regresión e correlación	5	12
13	Estatística V	Números índices e series temporales	5	12
14	Obtención, corrección e tabulación de datos	Preparación dos datos. Verificación de cuestionarios. Codificación e tabulación dos datos. Representación gráfica. Elaboración de informes comerciais.	5	12

Asignación de elementos curriculares ás unidades didácticas.

UD	Título da UD	Duración
1	Introducción a estatística	10

Criterios de avaliación
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.
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.

Lenda: IA: Instrumento de Avaliación, %: Peso orientativo; PE: Proba escrita, LC:Lista de cotexo, TO:Táboa de observación, OU: outro

Contidos
BC7 - Tratamento e análise estatística dos datos
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.

UD	Título da UD	Duración
2	O mercado	10

Criterios de avaliación

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.

CA1.4 - Identifícaronse 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.

Lenda: IA: Instrumento de Avaliación, %: Peso orientativo; PE: Proba escrita, LC:Lista de cotexo, TO:Táboa de observación, OU: outro

Contidos

BC2 - Configuración dun sistema de información de márketing (SIM)

Necesidade de información para a toma de decisións de márketing.

Tipos de información: segundo a súa natureza, a súa orixe e a súa dispoñibilidade.

Investigación comercial: concepto e finalidade; aplicacións.

Aspectos éticos da investigación comercial.

UD	Título da UD	Duración
3	Análise das variables do mercado no entorno da empresa	10

Criterios de avaliación

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.

CA1.1 - Identifícaronse 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.

Criterios de avaliación
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.
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 - Identificáronse 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 - Clasificáronse os datos segundo a fonte de información da que procedan.

Lenda: IA: Instrumento de Avaliación, %: Peso orientativo; PE: Proba escrita, LC:Lista de cotexo, TO:Táboa de observación, OU: outro

Contidos
BC1 - Análise das variables do mercado no contorno da empresa
Sistema comercial: variables controlables e non controlables.
Variables non controlables: mercado e contorno.
Mercado: estrutura e límites; clasificación atendendo a distintos criterios.
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.
Segmentación de mercados: finalidade, requisitos e criterios de segmentación.
BC2 - Configuración dun sistema de información de márketing (SIM)
Sistema de información de márketing (SIM): concepto e finalidade.
Estrutura do SIM: subsistemas que o integran.
Investigación comercial: concepto e finalidade; aplicacións.

UD	Título da UD	Duración
4	Estudo do comportamento do consumidor	10

Criterios de avaliación
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.
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.

Lenda: IA: Instrumento de Avaliación, %: Peso orientativo; PE: Proba escrita, LC:Lista de cotexo, TO:Táboa de observación, OU: outro

Contidos
BC1 - Análise das variables do mercado no contorno da empresa
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.

UD	Título da UD	Duración
5	Investigación comercial. Elaboración do plan de investigación comercial	10

Criterios de avaliación
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.
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.
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.
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.

Criterios de avaliación
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.

Lenda: IA: Instrumento de Avaliación, %: Peso orientativo; PE: Proba escrita, LC:Lista de cotexo, TO:Táboa de observación, OU: outro

Contidos
BC3 - Elaboración do plan da investigación comercial
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.
BC5 - Obtención de información primaria
Técnicas de recollida de información das fontes primarias.
Técnicas de investigación cualitativa: entrevistas en profundidade, reunións de grupo, técnicas proxectivas, técnicas de creatividade e observación.
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.

UD	Título da UD	Duración
6	Estatística II	10

Criterios de avaliación
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.
CA2.6 - Clasifícanse os datos segundo a fonte de información da que procedan.
RA7 - Realiza o tratamento e análise dos datos obtidos e elabora informes coas conclusións, aplicando técnicas de análise estatístico e ferramentas informáticas.
CA7.1 - Codifícanse, tabuláronse e representáronse graficamente os datos obtidos na investigación comercial, de acordo coas especificacións recibidas.

Lenda: IA: Instrumento de Avaliación, %: Peso orientativo; PE: Proba escrita, LC:Lista de cotexo, TO:Táboa de observación, OU: outro

Contidos
BC7 - Tratamento e análise estatística dos datos
Estatística descritiva: medidas de tendencia central, de dispersión e de forma.
Series temporais. Estimación de tendencias. Deflación de series temporais.

UD	Título da UD	Duración
7	Obtención de información primaria: técnicas cualitativas	12

Criterios de avaliación
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.
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 - Defíníronse 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.
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 - Describíronse 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.

Criterios de avaliación
CA5.7 - Diseñáronse os cuestionarios e a guía da entrevista ou enquisa necesarios para obter a información de acordo coas instrucións recibidas, e comprobouse a redacción, a comprensibilidade e a coherencia das preguntas, a extensión do cuestionario e a duración da entrevista, utilizando as aplicacións informáticas adecuadas.
CA5.8 - Describíronse os paneis como instrumentos de recollida de información primaria cuantitativa, e analizáronse diferentes tipos de paneis de consumidores, de retallistas e paneis de audiencias.

Lenda: IA: Instrumento de Avaliación, %: Peso orientativo; PE: Proba escrita, LC:Lista de cotexo, TO:Táboa de observación, OU: outro

Contidos
BC5 - Obtención de información primaria
Técnicas de recollida de información das fontes primarias.
Técnicas de investigación cualitativa: entrevistas en profundidade, reunións de grupo, técnicas proxectivas, técnicas de creatividade e observación.

UD	Título da UD	Duración
8	Obtención de información primaria: técnicas cuantitativas	12

Criterios de avaliación
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.
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 - Describíronse 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 - Diseñáronse os cuestionarios e a guía da entrevista ou enquisa necesarios para obter a información de acordo coas instrucións recibidas, e comprobouse a redacción, a comprensibilidade e a coherencia das preguntas, a extensión do cuestionario e a duración da entrevista, utilizando as aplicacións informáticas adecuadas.
CA5.8 - Describíronse os paneis como instrumentos de recollida de información primaria cuantitativa, e analizáronse diferentes tipos de paneis de consumidores, de retallistas e paneis de audiencias.

Lenda: IA: Instrumento de Avaliación, %: Peso orientativo; PE: Proba escrita, LC:Lista de cotexo, TO:Táboa de observación, OU: outro

Contidos
BC5 - Obtención de información primaria

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.

UD	Título da UD	Duración
9	Organización de información secundaria	12

Criterios de avaliación
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.
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.
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.
CA4.1 - Selecciónáronse 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 obxecto de estudo.
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.
Lenda: IA: Instrumento de Avaliación, %: Peso orientativo; PE: Proba escrita, LC:Lista de cotexo, TO:Táboa de observación, OU: outro

Contidos
BC4 - Organización da información secundaria dispoñible
Métodos e técnicas de obtención de información secundaria.

Contidos
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.

UD	Título da UD	Duración
10	Estatística III	12

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

Lenda: IA: Instrumento de Avaliación, %: Peso orientativo; PE: Proba escrita, LC:Lista de cotexo, TO:Táboa de observación, OU: outro

Contidos
BC7 - Tratamento e análise estatística dos datos
Estatística descritiva: medidas de tendencia central, de dispersión e de forma.

UD	Título da UD	Duración
11	Determinación das características e tamaño da mostra dunha poboación	12

Criterios de avaliación
RA6 - Determina as características e o tamaño da mostra da poboación obxecto da investigación, aplicando técnicas de mostraxe para a selección da mostra.
CA6.1 - Identifícaronse as variables que inflúen no cálculo do tamaño da mostra nun estudo comercial.
CA6.2 - Caracterizáronse os métodos e as técnicas de mostraxe probabilística e non probabilística aplicables para a selección dunha mostra representativa da poboación nunha investigación comercial, e analizáronse as súas vantaxes e os seus inconvenientes.

Criterios de avaliación
CA6.3 - Analizáronse 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 analizáronse 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 analizáronse as vantaxes e os inconvenientes.
CA6.6 - Analizouse 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.

Lenda: IA: Instrumento de Avaliación, %: Peso orientativo; PE: Proba escrita, LC:Lista de cotexo, TO:Táboa de observación, OU: outro

Contidos
BC6 - Determinación das características e do tamaño da mostra da poboación
Conceptos básicos de mostraxe: poboación, universo, marco mostral, unidades mostrais e mostra.
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.
Inferencia estatística.
Erros mostrais e non mostrais.
Cálculo do erro de mostraxe.
Estimación puntual e por intervalos. Intervalos de confianza.

UD	Título da UD	Duración
12	Estatística IV	12

Criterios de avaliación
RA2 - Configura un sistema de información de márketing (SIM) adaptado ás necesidades de información

Criterios de avaliación
da empresa, definindo as fontes de información, os procedementos e as técnicas de organización dos datos.
CA2.6 - Clasifícanse os datos segundo a fonte de información da que procedan.

Lenda: IA: Instrumento de Avaliación, %: Peso orientativo; PE: Proba escrita, LC:Lista de cotexo, TO:Táboa de observación, OU: outro

Contidos
BC7 - Tratamento e análise estatística dos datos
Técnicas de regresión lineal e correlación simple. Axuste de curvas.
Técnicas de regresión e correlación múltiple.
Contraste de hipóteses.

UD	Título da UD	Duración
13	Estatística V	12

Criterios de avaliación
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.
CA2.6 - Clasifícanse os datos segundo a fonte de información da que procedan.
RA7 - Realiza o tratamento e análise dos datos obtidos e elabora informes coas conclusións, aplicando técnicas de análise estatístico e ferramentas informáticas.
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 - Aplicáronse 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.

Lenda: IA: Instrumento de Avaliación, %: Peso orientativo; PE: Proba escrita, LC:Lista de cotexo, TO:Táboa de observación, OU: outro

Contidos
BC7 - Tratamento e análise estatística dos datos
Técnicas de regresión lineal e correlación simple. Axuste de curvas.

Contidos
Números índices.

UD	Título da UD	Duración
14	Obtención, corrección e tabulación de datos	12

Criterios de avaliación
RA7 - Realiza o tratamento e análise dos datos obtidos e elabora informes coas conclusións, aplicando técnicas de análise estatístico e ferramentas informáticas.
CA7.1 - Codificáronse, 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.
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.
CA8.1 - Identificáronse 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 - Identificáronse os tipos de consultas dispoñibles nunha base de datos e analizouse a funcionalidade de cada un.
CA8.4 - Realizáronse procuras avanzadas de datos e consultas de información dirixidas de diversos tipos.
CA8.5 - Manexáronse 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 - Identificáronse os datos que cumpra presentar e determináronse os ficheiros que os conteñen, ou créanse os ficheiros que deberan contelos.

Criterios de avaliación
CA8.8 - Creáronse as etiquetas ou os informes necesarios, presentando a información solicitada de xeito ordenado e sintético, nos formatos axeitados á súa funcionalidade.
CA8.9 - Creáronse os formularios acordes necesarios para a introdución de datos de xeito personalizado ou utilizando ferramentas de creación automatizada.

Lenda: IA: Instrumento de Avaliación, %: Peso orientativo; PE: Proba escrita, LC:Lista de cotexo, TO:Táboa de observación, OU: outro

Contidos
BC7 - Tratamento e análise estatística dos datos
Técnicas de análise probabilística.
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.
Presentación de datos e anexos estatísticos: táboas, cadros e gráficos.
BC8 - Xestiona bases de datos relacionais
Estrutura e funcións das bases de datos.
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.

Procedemento de avaliación inicial.

No mes de setembro desenvolverase un procedemento de observación competencial a través de diversas tarefas que permitan recoller información sobre competencias claves. As competencias clave son as seguintes:

1. Competencia en comunicación lingüística. Refírese á habilidade para utilizar a lingua, expresar ideas e interactuar con outras persoas de maneira oral ou escrita. Para desenvolvela deseñaranse tarefas que impliquen a expresión escrita e a utilización da oralidade.
2. Competencia dixital. Implica o uso seguro e crítico das TIC para obter, analizar, producir e intercambiar información.
3. Aprender a aprender. É unha das principais competencias, xa que implica que o alumnado desenvolva a súa capacidade para iniciar a aprendizaxe e persistir nel, organizar as súas tarefas e tempos, e traballar de maneira individual ou colaborativa para conseguir un obxectivo.
4. Competencias sociais e cívicas. Fan referencia ás capacidades para relacionarse coas persoas e participar de maneira activa, participativa e democrática na vida social e cívica.
5. Sentido da iniciativa e espírito emprendedor. Implica as habilidades necesarias para converter as ideas en actos, como a creatividade ou as capacidades para asumir riscos e planificar e xestionar proxectos Posteriormente farase unha confrontación das obsevacións coas realizadas por outros profesores do equipo docente.

Criterios de cualificación e recuperación

Procedemento e criterios de cualificación:

A nota da 1ª avaliación parcial do módulo formarase do seguinte xeito: 70% das notas dos exames (primeiro e segundo, sempre que se cumpra o requisito de que cada un supere o 4)+ 30% (un máximo de 3 puntos) das: 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 70% na nota de avaliación, isto é 3,85 (apartado A). Se tivese por ex. por saír ao encerado a corrixir exercicios axeitadamente : 0,20 puntos (cada saída ao encerado valorase con 0,10 puntos e o máximo que se pode obter por este apartado é de 1 punto) e se realizase os traballos que se propuxesen cunha valoración de 1 punto (cada traballo valorase cun máximo de 0,75 puntos) tería neste apartado B un total de 1,20 puntos (máximo 3 puntos en total neste apartado). A nota de avaliación sería $3,85+1,20= 5,05$. A segunda avaliación terá tamén dous exames de similares características aos descritos anteriormente. O primeiro comprenderá as unidades didácticas 5 e 6 e o segundo as unidades 7 e 8. O formato será semellante ao explicado anteriormente na primeira avaliación sendo tamén aplicabéis todo o dito antes sobre as actividades de participación e traballos. 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 cualificación finaldo módulo coincidirá coa nota obtida na segunda avaliación parcial e formaríase do seguinte xeito: a nota numérica da 1ª avaliación + a nota numérica da 2ª avaliación. A suma divídese entre 2 e redondearase a nota, se ten decimais, coa valoración global do profesor sobre a disposición do alumnado , interese na aprendizaxe..etc. Se seguindo o exemplo visto anteriormente, un/a alumno/a tivese un 5,05 na primeira avaliación e un 6,8 na segunda a nota sería de 5,92 ,e decir, un 6.

Procedemento e criterios de recuperación

Con posterioridade a cada sesión parcial de avaliación realizarse un exame de recuperación para os alumnos que non acadasen resultados positivos .O exame terá as mesmas características que os de cada avaliación con contidos teóricos e prácticos. Os alumnos/as terán que realizar a recuperación daquelas partes nas que non tiveran o mínimo de 4(pode ser o primeiro exame, ou o segundo ou ben os dous) ou ben, de ter os exames superados algún/s traballo/s que non realizase). No caso de ter só unha parte, gárdase a nota da outra para conformar a nota da recuperación. Os resultados acadados servirán para conformar a nota obtida na recuperación. Teranse en conta as puntuacións das saídas ao encerado e dos traballos xa realizados .A nota do exame de recuperación será ponderada nun 70% e as dos traballos un 30%. Por exemplo, se un alumno no primeiro exame obtivese unha nota de 2 ,e no segundo exame tivese nota de 6 e realizase todos os traballos ou algún deles tería que recuperar o primeiro exame. Se no exame de recuperación tivese unha nota de 7 a nota da recuperación sería $(7 +6)/2=6,5$ que pondera un 70% e daría un 4,55. A esta engadíranse as saídas que realizara ao encerado e a/s nota/s do traballo/s. Supoñamos que tivese neste apartado só 0,10 e realizase un só traballo que se valorou nun 0,40. A nota da recuperación sería $4,55 +0,50 = 5,05$ e a nota sería de 5 Se un alumno, por ex. tivese un 5 no primeiro exame e 5 no segundo e non tivese ningunha saída ao encerado nin realizase ningún traballo a nota obtida sería $(5+5)/2=5$ que ponderado ao 70% daría un 3,5. Na recuperación debería realizar os traballos non realizados. Supoñamos que nestos obtén 2 puntos e non

tivese máis notas a engadir. A nota de recuperación sería $3,5 + 2 = 5,5$, un 6. Na semana posterior á finalización das clases e ata que os alumnos inicien a FCT terá lugar a avaliación final. Os alumnos con algunha avaliación suspensa poderán recuperar a mesma mediante a realización de exames de igual formato que os sinalados nas avaliacións parciais. Por exemplo un alumno ten suspensa a primeira avaliación pois despois da recuperación no acadou resultados positivos, deberá ir ao final coas partes suspensas. Previamente o profesor indicará actividades de recuperación que poderán consistir no repaso de exercicios, cuestións , etc daquelas partes non superadas

Procedemento de seguimento, recuperación e avaliación das materias pendentes

Con posterioridade a cada sesión parcial de avaliación realizase un exame de recuperación para os alumnos que non acadasen resultados positivos .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 4(pode ser o primeiro exame, ou o segundo ou ben os dous) ou ben, de ter os exames superados algún/s traballo/s que non realizase). No caso de ter só unha parte, gárdase a nota da outra para conformar a nota da recuperación. Os resultados acadados servirán para conformar a nota obtida na recuperación. Teranse en conta as puntuacións das saídas ao encerado e dos traballos xa realizados .A nota do exame de recuperación será ponderada nun 70% e as dos traballos un 30%. Por exemplo, se un alumno no primeiro exame obtivese unha nota de 2 ,e no segundo exame tivese nota de 6 e realizase todos os traballos ou algún deles tería que recuperar o primeiro exame. Se no exame de recuperación tivese unha nota de 7 a nota da recuperación sería $:(7 + 6)/2=6,5$ que pondera un 70% e daría un 4,55. A esta engadíranse as saídas que realizara ao encerado e a/s nota/s do traballo/s. Supoñamos que tivese neste apartado só 0,10 e realizase un só traballo que se valorou nun 0,40. A nota da recuperación sería $4,55 + 0,50 = 5,05$ e a nota sería de 5 Se un alumno, por ex. tivese un 5 no primeiro exame e 5 no segundo e non tivese ningunha saída ao encerado nin realizase ningún traballo a nota obtida sería $(5+5)/2=5$ que ponderado ao 70% daría un 3,5. Na recuperación debería realizar os traballos non realizados. Supoñamos que nestos obtén 2 puntos e non tivese máis notas a engadir. A nota de recuperación sería $3,5 + 2 = 5,5$, un 6. Na semana posterior á finalización das clases e ata que os alumnos inicien a FCT terá lugar a avaliación final. Os alumnos con algunha avaliación suspensa poderán recuperar a mesma mediante a realización de exames de igual formato que os sinalados nas avaliacións parciais. Por exemplo un alumno ten suspensa a primeira avaliación pois despois da recuperación no acadou resultados positivos, deberá ir ao final coas partes suspensas. Previamente o profesor indicará actividades de recuperación que poderán consistir no repaso de exercicios, cuestións , etc daquelas partes non superadas

Procedemento para definir a proba de avaliación extraordinaria para o alumnado con perda de dereito á 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, no mes de xuño e co correspondente aviso no taboeiro de anuncios publicaranse as datas dos exames que respetarán as características das exames por avaliacións parciais , se ben incluíndo todas as unidades didácticas das unidades formativas.Superarase cunha nota mínima de 5.Se un alumno ten avaliacións parciais satisfactorias e perde o dereito posteriormente por atoparse nalgunha das seguintes situacións extraordinarias: enfermidade o accidente propios ou de familiares, asistencia e coidados 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.

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

Establecemento de tarefas extraordinarias con seguimento particular polo profesor. Medidas de adaptación curricular, cando sexan necesarias e segundo o establecido na normativa.

Programación da educación en valores.

A educación en valores cívicos e profesionais está presente en todas as unidades didácticas que forman o módulo coa finalidade de formar cidadáns e profesionais comprometidos cos valores dunha sociedade democrática. De todo os xeitos seguirase o establecido no Artigo 4 Decreto 86/2015 referido aos elementos transversais que establece:

Artículo 4: Elementos transversales:

"1. La comprensión lectora, la expresión oral y escrita, la comunicación audiovisual, las tecnologías de la información y de la comunicación, el emprendimiento, y la educación cívica y constitucional se trabajarán en todas las materias, sin perjuicio de su tratamiento específico en algunas de las materias de cada etapa"

No módulo obxecto desta programación lectora, a expresión oral e escrita, as TIC, o emprendemento e a educación cívica e constitucional adquiren especial importancia de cara á formación dos equipos de vendedores e a maioría das unidades didácticas desta programación inviden nesos aspectos.

2 "La consellería con competencias en materia de educación fomentará el desarrollo de la igualdad efectiva entre hombres y mujeres, la prevención de la violencia de género o contra personas con discapacidad, y los valores inherentes al principio de igualdad de trato y no discriminación por cualquier condición o circunstancia personal o social.

Del mismo modo, promoverá el aprendizaje de la prevención y resolución pacífica de conflictos en todos los ámbitos de la vida personal, familiar y social, así como de los valores que sustentan la libertad, la justicia, la igualdad, el pluralismo político, la paz, la democracia, el respeto a los derechos humanos, el respeto por igual a los hombres y a las mujeres, y a las personas con discapacidad, y el rechazo de la violencia terrorista, la pluralidad, el respeto al Estado de derecho, el respeto y la consideración a las víctimas del terrorismo, y la prevención del terrorismo y de cualquier tipo de violencia.

La programación docente debe abarcar en todo caso la prevención de la violencia de género, de la violencia contra las personas con discapacidad, de la violencia terrorista y de cualquier forma de violencia, racismo o xenofobia, incluido el estudio del Holocausto judío como hecho histórico.

Se evitarán los comportamientos y los contenidos sexistas y los estereotipos que supongan discriminación por razón de la orientación sexual o de la identidad de género, favoreciendo la visibilidad de la realidad homosexual, bisexual, transexual, transgénero e intersexual."

Aplicarase o establecido ao respecto nas NOFC, no Plan de Igualdade e no Plan Xeral Anual do centro

3."La consellería con competencias en materia de educación fomentará las medidas para que el alumnado participe en actividades que le permitan afianzar el espíritu emprendedor y la iniciativa empresarial a partir de aptitudes como la creatividad, la autonomía, la iniciativa, el trabajo en equipo, la confianza en uno mismo y el sentido crítico."

A proposta de traballos en equipo e individuais contemplada nesta programación pretende fomentar dito espírito emprendedor e a iniciativa empresarial

4." En el ámbito de la educación y la seguridad vial, se promoverán acciones para la mejora de la convivencia y la prevención de los accidentes de tráfico, a fin de que los/las alumnos/as conozcan sus derechos y deberes como usuarios/as de las vías, en calidad de peatones, viajeros/as y conductores/as de bicicletas o vehículos a motor, respeten las normas y las señales, y se favorezca la convivencia, la tolerancia, la prudencia, el autocontrol, el diálogo y la empatía con actuaciones adecuadas tendentes a evitar los accidentes de tráfico y sus secuelas."

E non só iso se non tamén a aplicación os Protocolos elaborados pola Xunta de Galicia

Actividades complementarias e extraescolares.

O alumno participará nas distintas actividades complementarias e extraescolares previstas e autorizadas polo Departamento de Comercio.

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

Mensualmente realizarase unha valoración da evolución da programación da que se dará conta na reunión do departamento e ó final do curso, farase unha valoración final da mesma. O seguimento da programación reflectirase na aplicación informática habilitada pola Xunta para elaboración das programacións.

Outros apartados.

1. Exposición da programación

A programación estará dispoñible en Xefatura de Estudos sempre que sexa demandada polo alumnado