FAMILIA PROFESIONAL	Comercio y Marketing
CICLO FORMATIVO Y CURSO	Segundo Curso del Ciclo Formativo de Grado Superior del Título de Técnico Superior en Marketing y Publicidad
MÓDULO PROFESIONAL	Lanzamiento de Productos y Servicios (LPS)
PROFESOR / A	Sergio Manuel Pastor Aguilar y María Pilar Bazán Gallego

13. PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN Y RECUPERACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN.

La Orden de 29 de septiembre de 2010, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía, en el art.2 recoge que “la evaluación de los aprendizajes del alumnado que cursa ciclos formativos será continua y se realizará por módulos profesionales”.

En dicha normativa se establece, además, que los alumnos y alumnas dispondrán de un máximo de cuatro convocatorias, entendiendo que una convocatoria es el conjunto de actuaciones que forman parte del proceso de evaluación y se desarrollan en el período lectivo del módulo profesional. Con carácter general, se establecerá una convocatoria por curso escolar.

A) ***CRITERIOS DE EVALUACIÓN***

En la Orden de 29 de septiembre de 2010 también se establece que para evaluar el aprendizaje del alumnado se consideran los resultados de aprendizaje y criterios de evaluación, así como las competencias y los objetivos generales. También se tiene en cuenta las posibilidades de inserción en el perfil profesional y de progreso en estudios posteriores a los que pueda acceder. Los **criterios de evaluación** constituyen elementos curriculares esenciales en el proceso formativo, ya que permiten comprobar el nivel de adquisición (grado de consecución) de cada resultado de aprendizaje. Todos ellos serán conocidos por alumnos y alumnas. Están recogidos en el **apartado 6** de esta programación, junto con sus resultados de aprendizaje.

B) ***FASES DE LA EVALUACIÓN.***

En la evaluación del proceso de aprendizaje, podemos distinguir tres momentos o fases: inicial, continua o formativa y sumativa.

- La **evaluación inicial** se realizará durante el primer mes para conocer las características y nivel de competencias el alumnado. Se convocará una sesión de evaluación a la finalización del mismo.
- La **evaluación continua** se realizará a lo largo del propio proceso de enseñanza-aprendizaje y se recogerá información sobre el progreso de cada alumno y del grupo.
- La **evaluación sumativa** se realizará a la finalización de cada trimestre y del curso académico para saber el nivel de adquisición de los resultados de aprendizaje de cada alumno, convocándose para ello 3 sesiones de evaluación parcial (diciembre, marzo y mayo) y una sesión de evaluación final (junio).

Evaluación inicial o diagnóstica.

Al comienzo del módulo se realizará una **prueba** sobre los contenidos del mismo con el fin de detectar el nivel de conocimientos previos del alumnado. Esta prueba se calificará cualitativamente y los resultados serán analizados por el equipo educativo en la sesión de evaluación inicial junto con el resto de los módulos. Además, con el fin de conocer las características del alumnado se les pasará un **cuestionario** para saber los estudios académicos o las enseñanzas de FP previamente cursadas, tanto en el sistema educativo como dentro de la oferta de formación para el empleo, si el acceso ha sido mediante prueba, si presenta algún tipo de discapacidad, si tiene experiencia profesional previa, si pretenden acceder al mundo laboral una vez terminado el ciclo formativo o realizar otros estudios, etc. Asimismo, a lo largo de todo el periodo de evaluación inicial podrá obtenerse información sobre el grado de interés por el módulo y el ciclo, dificultades en el proceso de aprendizaje, etc. Al mismo tiempo, con esta evaluación inicial intentaremos crear un estado de interés por los nuevos contenidos que van a cursar.

Al término de este periodo (mediados de octubre) se convocará una sesión de evaluación inicial en la que la tutor/a del grupo facilitará al equipo docente la información disponible del grupo y que ha sido recogida por todos los profesores en cada uno de sus módulos. Esta evaluación inicial será el punto de referencia del equipo docente, para la toma de decisiones relativas al desarrollo del currículo y su adecuación a las características y conocimientos del alumnado. Esta evaluación, en ningún caso, conllevará calificación para el alumnado y los acuerdos adoptados por el equipo educativo se recogerán en acta durante la celebración de la sesión de evaluación.

Evaluación Continua

La Orden de 29 de septiembre de 2010, sobre evaluación del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial en Andalucía establece en su artículo 2 que la evaluación de los aprendizajes del alumnado que cursa ciclos formativos será continua y se realizará por módulos profesionales. La aplicación del proceso de evaluación continua del alumnado requerirá, en la modalidad presencial, su asistencia regular a clase y su participación en las actividades programadas. La **asistencia a clase** se controlará a través del programa Séneca y/o la aplicación iSéneca para móvil, quedando registrada además en el cuaderno del profesor.

A través de la evaluación continua vamos a realizar un análisis de los aprendizajes adquiridos por los alumnos (progreso de cada alumno y del grupo) y de la marcha del proceso formativo que se está desarrollando.

Para valorar el progreso de los alumnos, evaluaremos las distintas actividades de enseñanza-aprendizaje que realizamos por unidad didáctica, utilizando para ello diferentes instrumentos de evaluación.

Las ausencias del alumno/a, con carácter general, tendrán como consecuencia la imposibilidad de evaluar con determinados CE a dicho alumno/a en el proceso de evaluación continua, cuando dichas ausencias coincidan con la aplicación de actividades de evaluación relacionadas con determinados CE que no vuelvan a ser evaluados durante el curso.

En estos casos los alumnos/as tendrán derecho a ser evaluados aplicando dichos CE en el periodo de recuperación/mejora de la calificación:

a) En 1º curso en el periodo de recuperación/mejora entre la 3ª evaluación parcial y la final.

b) En 2º curso en el periodo de recuperación/mejora previa a la evaluación final entre la 2º Evaluación y la final.

Evaluación Sumativa o Final

Tiene la función de saber cuál ha sido el nivel de adquisición de los resultados de aprendizaje de cada alumno, de acuerdo con los correspondientes criterios de evaluación, para lo cual se emite una calificación. Esta evaluación se realizará:

- A la finalización de primera (diciembre), segunda (marzo) y tercera (mayo) evaluación. El alumno obtendrá una calificación parcial en cada trimestre que oscilará entre 1 y 10 sin decimales. Se considerará positiva si es igual o superior a 5 y negativa si es menor de 5.

- A la finalización del curso académico (junio), donde se formulará la calificación final del módulo, que también estará comprendida entre 1 y 10 sin decimales. Se considerará positiva si es igual o superior a 5 y negativa si es menor de 5.

C) ***INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN***

En todo momento, se garantizará una variedad suficiente de instrumentos de evaluación para poder aplicar correctamente los CE asociados a cada RA. Se diseñan diversos instrumentos y el peso de la calificación se reparte, sin que se de relevancia excesiva a unos sobre otros, para favorecer la evaluación continua.

Los instrumentos de evaluación utilizados para comprobar y medir los aprendizajes se elegirán y diseñarán en función de los RA y CE. Usaremos:

- Para observación: fichas de observación, …
- Para tareas: plantillas de corrección, fichas de autoevaluación/coevaluación…
- Para trabajos: plantillas de corrección, listas de chequeo, rubricas…
- Para exámenes: prueba escrita (test, preguntas cortas, desarrollo) con sus plantillas de corrección.

D) ***CRITERIOS DE CALIFICACIÓN***

Para la formulación de la calificación correspondiente a cada una de las evaluaciones, se aplicarán los siguientes criterios de calificación:

U.D.	EVALUACIÓN	RA	CRITERIO DE EVALUACIÓN	%	INSTRUMENTO	PONDERACIÓN EN LA EVALUACIÓN	PONDERACIÓN NOTA FINAL
UD 1	1ª	RA 1	a) Se han identificado las fuentes de datos que facilitan información relevante para la definición de las acciones y estrategias de marketing aplicables para el lanzamiento de un producto o servicio al mercado.	25%		**30%**	
			b) Se ha organizado la información del SIM, el briefing del producto o servicio, la red de ventas y de la aplicación de gestión de las relaciones con clientes (CRM).	25%			
			c) Se ha organizado la información obtenida de los clientes y de la red de ventas, utilizando la herramienta informática disponible y garantizando la confidencialidad y el cumplimiento de la legislación de protección de datos personales.	25%			
			d) Se han analizado las características e información disponible sobre el producto, servicio o gama de productos con vistas a su comercialización.	25%			

					Prueba escrita y práctica: 70% Actividades: 20% Comportamiento, actitud: 10%		
UD 2	1ª	RA 1	e) Se han analizado y estructurado los datos de la actividad comercial de la empresa, evolución y volumen de ventas, segmentos del mercado y perfil de clientes, posicionamiento del producto, propuestas de los distribuidores y sugerencias de los clientes.	25%		**30%**	**50%**
			f) Se han determinado las oportunidades de mercado de la empresa, aplicando técnicas de análisis	25%			

			adecuadas, con el fin de identificar nichos de mercado en los que la empresa pueda introducir su producto o servicio.				
			g) Se han elaborado los ficheros maestros de clientes, reales y potenciales, con los datos más relevantes de cada cliente, utilizando la aplicación informática adecuada.	25%			
			h) Se ha interpretado la normativa legal que regula la comercialización de productos, servicios y marcas.	25%	Prueba escrita y práctica: 70% Actividades: 20% Comportamiento, actitud: 10%		
UD 3	1ª	RA 2	a) Se ha elaborado el argumentario de ventas, destacando los puntos fuertes y débiles del producto o servicio, resaltando sus ventajas respecto a los de la competencia, presentando las soluciones a los problemas del cliente y aportando técnicas de venta.	12%			

			b) Se han previsto las posibles objeciones del cliente y se han establecido las técnicas de venta y refutación adecuadas para su tratamiento.	13%	Prueba escrita y práctica: 70% Actividades: 20%	**40%**	
			c) Se han recogido en el argumentario y en las acciones de comunicación, las propuestas de mejora de la red de venta y en los distribuidores, basadas en las objeciones, quejas, reclamaciones y sugerencias de los clientes.	12%			
			d) Se ha elaborado el argumentario de ventas online, formulando los argumentos y el tratamiento de las posibles objeciones de acuerdo con las posibilidades de comercio electrónico y respetando la normativa legal sobre comercialización y publicidad.	13%			
			e) Se ha programado la presentación del producto o servicio a la red de venta, propia y ajena, temporalizando su desarrollo de acuerdo con el plan de ventas y el plan de lanzamiento y de comunicación, del producto.	12%			
			f) Se ha preparado la documentación y el material de apoyo necesario para la presentación y demostración del producto o servicio a la red de ventas.	13%			
			g) Se ha organizado la presentación del producto a los distribuidores y comerciales, utilizando técnicas de comunicación adecuadas para la transmisión convincente de las cualidades del producto, el	12%			

			argumentario de ventas, el tipo de cliente al que se dirige y la actitud que hay que adoptar en la atención al cliente durante la promoción y venta del producto.		Comportamiento, actitud: 10%		
			h) Se ha establecido el adecuado plan de formación y motivación de la red de venta para la aplicación de las acciones de marketing y la consecución de los objetivos fijados.	13%			
UD 4	2ª	RA 3	a) Se han establecido los objetivos que hay que conseguir con las acciones comerciales y estrategias de marketing, diferenciando las acciones aplicables según el tipo de producto, la forma de venta, el tipo de distribuidor y el perfil del cliente al que se dirigen.	15%		**30%**	
			b) Se ha interpretado la normativa vigente en materia de promociones, premios, regalos, concursos, rebajas y ventas especiales, analizando su incidencia en el diseño y aplicación de las estrategias de marketing y comunicación.	14%			
			c) Se han definido las acciones de comunicación y de merchandising para incentivar la venta de productos de diferente naturaleza, teniendo en cuenta las pautas de comportamiento del consumidor en el punto de venta y las estrategias comerciales de la competencia.	15%			
			d) Se han seleccionado las acciones de marketing y comunicación más idóneas teniendo en cuenta las	13%			

			características del producto o servicio, la fórmula de venta, la oportunidad del momento, los recursos disponibles y el perfil del cliente al que van dirigidas.				**50%**
			e) Se han caracterizado los tipos de acciones de comunicación que se aplican habitualmente en el punto de venta, acciones de marketing directo y telemarketing y en la página web.	15%			
			f) Se han organizado las acciones de comercialización comunicación y promoción, temporalizando las actividades y calculando los recursos y servicios profesionales necesarios, de acuerdo con lo establecido en el plan de marketing y la identidad corporativa de la empresa.	13%	Prueba escrita y práctica: 70% Actividades: 20% Comportamiento, actitud: 10%		
			g) Se han definido las acciones de marketing y de comunicación online, los buscadores, banners, enlaces y sitios web promocionales, respetando la normativa vigente y los códigos de conducta de comercialización y publicidad online.	15%			
UD 5.	2ª	RA 4	a) Se han interpretado las instrucciones de las acciones de marketing y de comunicación comercial de acuerdo con el briefing del producto y los acuerdos con los distribuidores.	12%			
			b) Se han determinado los recursos y el personal necesarios para la implantación del producto en la red de venta, organizando las actividades y recursos, de	13%			

			acuerdo con las instrucciones recibidas y según el plan y cronograma previsto.		Prueba escrita y práctica: 70% Actividades: 20%	**30%**	
			c) Se han coordinado las actividades de comunicación, promoción y de animación en el punto de venta previstas en el plan de marketing, de acuerdo con los departamentos, agentes y distribuidores responsables, de acuerdo con el tipo de soporte, emplazamiento e indicadores visuales previstos en la acción y según el cronograma previsto	12%			
			d) Se han supervisado los medios, materiales y soportes comerciales definidos en cada una de las acciones comerciales, comprobando que cumplen con las características, tipo de comunicación y efectos sobre el consumidor, para detectar posibles errores y aplicar las medidas oportunas para subsanarlos.	13%			
			e) Se ha establecido el emplazamiento adecuado del soporte de comunicación en condiciones de seguridad, higiene y prevención de riesgos, en coordinación con los responsables en el punto de venta y teniendo en cuenta el espacio disponible, los lugares de paso y los efectos psicológicos que produce en el consumidor.	12%			
			f) Se ha establecido la implantación del producto en el punto de venta y los lineales de acuerdo con el planograma previsto, utilizando aplicaciones	13%			

			informáticas de distribución y aplicación del espacio disponible y teniendo en cuenta el tipo de productos, inventario y tasas de reposición previstas.		Comportamiento, actitud: 10%		
			g) Se han coordinado las acciones de marketing directo, telemarketing y en la web, de acuerdo con lo establecido en el plan de marketing y el plan de lanzamiento del producto.	12%			
			h) Se han diseñado las acciones de merchandising y comunicación online en la tienda virtual, de acuerdo con el plan de marketing online.	13%			
			a) Se han definido los procedimientos de seguimiento del lanzamiento e implantación de productos y servicios en la red de ventas, para detectar con rapidez y celeridad las desviaciones respecto a los objetivos fijados.	12%			
			b) Se han fijado los parámetros y estándares de control, para evaluar la eficacia de las campañas promocionales, acciones de merchandising y acciones de marketing directo aplicadas.	13%			
			c) Se han establecido los métodos para comprobar el cumplimiento de las instrucciones dadas a los promotores, reponedores, escaparatistas y otros actores de la red de venta propia y ajena.	12%			

UD 6.	2ª	RA 5	d) Se han propuesto medidas para detectar a tiempo y solucionar los posibles imprevistos surgidos en el desarrollo de las acciones de lanzamiento e implantación del producto en el punto de venta, de acuerdo con el planograma y con las instrucciones recibidas.	13%	Prueba escrita y práctica: 70% Actividades: 20% Comportamiento, actitud: 10%	**40%**	
			e) Se han evaluado los resultados del lanzamiento e implantación del producto, calculando y analizando las desviaciones respecto a los objetivos previstos y proponiendo las oportunas medidas correctoras.	12%			
			f) Se han calculado ratios de control para determinar la rentabilidad y eficacia de la campaña de comunicación y las acciones de marketing directo, utilizando la hoja de cálculo.	13%			
			g) Se ha comprobado que la información ofrecida sobre el producto o servicio y sobre las comunicaciones cumple con las características establecidas.	12%			
			h) Se han elaborado informes con los resultados de los procesos de evaluación y control de la actividad comercial, utilizando las aplicaciones informáticas adecuadas.	13%			

- Los alumnos y alumnas serán informados al principio de curso acerca de los criterios de calificación que se seguirán en este módulo profesional.

- La calificación de cada prueba será de 0 a 10 puntos con 2 decimales, y en cada una los alumnos y alumnas conocerán los criterios de corrección y calificación de dicha prueba, incluyendo el valor de cada una de las actividades de la misma.

- Las fechas para la realización de estas pruebas se fijarán con suficiente antelación por el profesorado y no podrán ser modificadas, salvo circunstancias excepcionales.

- Si un alumno o alumna no acudiera el día de su realización, no podrá realizar la prueba nuevamente, hará que la materia de dicha prueba quede pendiente de evaluación para la recuperación, salvo casos excepcionales, justificados documentalmente, que serán valorados por el equipo educativo. En todos los casos, el alumno deberá justificar las faltas en el plazo de una semana desde su incorporación.

- En el caso de que se detectase alguna irregularidad propiciada por el alumno/a (hablar durante el examen, consulta en libro, apuntes, aparatos electrónicos…) la prueba se calificará con un 0 y deberá presentarse a la prueba de recuperación.

- Puesto que la nota que aparece en el boletín es un número entero se procederá al redondeo, tal y como nos indica la Orden de 29 de septiembre de 2010 en el artículo 17: “del resultado se tomará la parte entera y las dos primeras cifras decimales, redondeando por exceso la cifra de las centésimas si la de las milésimas resultase ser igual o superior a 5”.

- La Calificación final del módulo será la suma de todos los RA ponderados, no siendo necesaria la calificación superior a 5 en cada uno de los RA.

Los instrumentos de evaluación se concretan para cada UT.

Todas las calificaciones se recogen en el Cuaderno del Profesor, donde aparecen reflejadas todas las variables a evaluar y su correspondiente calificación.

Todos los documentos, incluidos los instrumentos, utilizados en el proceso de evaluación del alumno/a estarán a disposición del mismo o de sus representantes legales en caso de minoría de edad. Se facilitará copia de los mismos si los solicita el alumno/a o sus representantes legales en caso de minoría de edad.

E) ***SISTEMA DE RECUPERACIÓN***

Durante el periodo ordinario de clases se podrán diseñar actividades de apoyo dirigidas a ayudar a los/as alumnos/as que necesiten de medidas encaminadas a facilitarles el logro de determinados Resultados de Aprendizaje.

Deben determinarse y planificarse las actividades de refuerzo, recuperación o mejora de los RA y CE en el periodo entre la última evaluación parcial (3ª en 1º curso y 2ª en 2ºcurso) y la final para permitir al alumnado la superación del módulo pendiente de evaluación positiva o, en su caso, mejorar la calificación obtenida en el mismo.

Al inicio de ese periodo el profesor entregará a cada alumno/a un plan individualizado de recuperación (ver modelo en el Calidad) que recogerá:

- Detalle de los RA y CE no superados/ mejorables

- Plan de trabajo

- Momentos e instrumentos de evaluación

- Criterios de Calificación

- Detalle del horario y calendario

- Información de la obligatoriedad de asistir a las clases de ese periodo

SISTEMA DE EVALUACIÓN DE ALUMNOS A LOS QUE NO SE LES PUEDEN APLICAR LOS CRITERIOS GENERALES DE EVALUACIÓN:

A aquellos alumnos a los que no se les puedan aplicar los criterios generales de evaluación por superar el mínimo del 20% de faltas justificadas e injustificadas reflejado en el Plan de Centro, se les realizará una prueba antes la evaluación, que constará de cuestiones teóricas y ejercicios prácticos según los contenidos de cada trimestre, así como cuestiones referidas a aquellos contenidos sobre los que sus compañeros han realizado prácticas o trabajos. Para ello, el alumno/a deberá presentar los trabajos y superar las pruebas prácticas que se consideren oportunos y que se informarán adecuadamente en tiempo y forma.

EVALUACIÓN NEGATIVA AL FINAL DEL MÓDULO PROFESIONAL O SUBIDA DE NOTA:

A lo largo del curso se realizarán exámenes de recuperación para aquellos alumnos que no hayan superado los distintos aspectos.

Entre la última evaluación parcial y la final se realizarán las clases de recuperación donde el alumnado que no hay superado el módulo asistirá a clase para aclarar las dudas y realizar todas aquellas actividades que no realizó durante el curso.

No se plantea la subida de nota para aquellos alumnos que hayan obtenido la calificación de 5 puntos.

En Sevilla, a 11 de octubre de 2020

Fdo: Sergio Manuel Pastor Aguilar

Fdo: María Pilar Bazán Gallego

ANEXO PROGRAMACIÓN COVID-19

1. JUSTIFICACIÓN

Según la Instrucción 15 de junio de 2020, de la Dirección general de FP, ante la suspensión de la actividad docente presencial, es necesario contar desde el principio con una organización y planificación que permita afrontar los RA no adquiridos del curso pasado y una transición factible a la enseñanza no presencial.

2. METODOLOGÍA.

2.1. METODOLOGÍA

A. Sesiones Presenciales: se impartirán para la mitad del grupo de manera presencial, mientras que la otra mitad del grupo se conectará online mediante la herramienta de videoconferencia Google Meet. Cada subgrupo asistirá de manera alterna para compensar las diferencias surgidas entre el aprendizaje presencial y el online.

B. Sesiones Online: todo el grupo se conectará mediante la herramienta de videoconferencia Google Meet, asegurando al principio de cada sesión la incorporación de todo el alumnado a la misma.

C. Suspensión docencia presencial: en el supuesto de la suspensión de las clases presenciales, todo el grupo se conectará mediante la herramienta de videoconferencia Google Meet, asegurando al principio de cada sesión la incorporación de todo el alumnado a la misma.

2.2. RECURSOS

El alumnado contará con la plataforma de clases online Google Classroom para poder acceder al material impartido durante la clase (diapositivas, apuntes, material complementario) así como a las tareas y actividades que se planteen.

2.3. AGRUPAMIENTOS DEL ALUMNADO

El agrupamiento del alumnado se ha organizado en base a los siguientes criterios:

- La docencia presencial se dividirá en subgrupos de un máximo de 15 alumnos/as.
- Los grupos asistirán de forma presencial en alternancia, una semana grupo a y la siguiente grupo b.
- La docencia presencial será 3 días en semana, el resto online.
- Tanto la docencia presencial como la telemática irán en paralelo, donde se avanzará en contenidos, se realizarán prácticas, así como ejercicios complementarios.
- La carga horaria semanal presencial es de dos horas: viernes de 8:00 a 10:00 para el turno de mañana y miércoles de 20:00 a 22:00 para el turno de tarde.

2.4. PLATAFORMA UTILIZADA

Google Classroom y Google Meet

3. PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN Y RECUPERACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN.

En el caso de suspensión de la docencia presencial, el procedimiento de evaluación variará en el porcentaje asignado a cada instrumento de evaluación, ya que se pretende que la adquisición de los resultados de aprendizaje permanezca invariable. En este sentido, el porcentaje asignado a cada instrumento de evaluación sería el siguiente:

Instrumento de evaluación	Ponderación	Calificación máxima

Prueba escrita y práctica	50%	5 puntos
Actividades	30%	3 puntos
Comportamiento, actitud y participación en las plataformas	20%	2 puntos

En el caso de tener que realizar pruebas escritas de manera online, el alumnado estará obligado a conectar la cámara y el micrófono de su dispositivo para poder acreditar su identidad durante la realización de esta. Asimismo se verá obligado a seguir las instrucciones del profesorado en cuanto al uso o monitoreo de otras herramientas, así como a seguir las normas digitales que el profesorado le plantee (no cambiar de ventana del navegador ni de programa durante la realización de la prueba y entregarla en el tiempo estipulado avisando de viva voz de la finalización de la misma).

En Sevilla, a 11 de octubre de 2020

Fdo: Sergio Manuel Pastor Aguilar

Fdo: María Pilar Bazán Gallego