

	PROGRAMACIÓN			CURSO	2019-2020		
	Departamento		Comercio				
	Ciclo		Marketing y Publicidad				
	Grupo		2COM304				
	Módulo		Investigación comercial				
	Fecha:		14/10/2019	Versión:	COMPLETA		
					RESUMIDA	X	
	CÓDIGO	F-09-02	Versión 0	FECHA REVISIÓN: 01-07-2015		pág.: 1/20	

## INDICE

1. CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN .....	2
1.1 CRITERIOS DE EVALUACIÓN. ....	2
1.2 CRITERIOS DE CALIFICACIÓN .....	2
2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE MÍNIMOS EXIGIBLES .....	5
3. PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN. ....	22
3.1. OBTENCION DE LA NOTA DE CADA EVALUACION .....	22
3.2. OBTENCIÓN DE LA NOTA DE JUNIO .....	23
3.3. OBTENCIÓN DE LA NOTA DE LA EVALUACIÓN EXTRAORDINARIA .....	23

## 1. CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN

### 1.1 CRITERIOS DE EVALUACIÓN.

Son los establecidos en el Decreto del currículo del módulo. Se indican en el apartado 5 de esta programación para cada Resultado de aprendizaje.

En cada prueba evaluable se indicará en el cuestionario de la misma, la relación de indicadores mínimos, que se evalúan en ella.

### 1.2 CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Se adjunta un cuadro donde se relacionan procedimientos, instrumentos y criterios de calificación:

PROCEDIMIENTO	INSTRUMENTO	CRITERIO DE CALIFICACIÓN
Pruebas objetivas	Examen	80%
	Realización de las tareas, prácticas evaluables y trabajos	20 %

Los instrumentos para la evaluación del alumnado serán variados y en función del tipo de contenidos, teniendo en cuenta los criterios de evaluación planteados, por ser los referentes de la consecución o no de los resultados de aprendizaje.

La calificación se formulará en cifras de 1 a 10. Se considerarán positivas las calificaciones iguales o superiores a cinco puntos y negativas las restantes.

La calificación de los alumnos a los que se les evalúe de forma ordinaria será el resultado de la valoración de pruebas escritas y trabajos o un proyecto empresarial.

La evaluación será continua en el sentido de que se realizará durante todo el proceso formativo, lo que exige la asistencia regular del alumno a clase durante todo el periodo lectivo.

#### Pérdida del derecho a la evaluación continua

“El artículo 7.3 de la Orden de 26 de octubre de 2009 establece el máximo del 15% en el número de faltas de asistencias que determina la pérdida del derecho a la evaluación continua del alumno. El centro docente en el marco del proyecto curricular del ciclo formativo o del Reglamento de Régimen Interior, fijará el porcentaje de faltas de asistencia que determine la pérdida de la evaluación continua, en función de la duración y de las características del módulo profesional de que se trate.”

### *Grupos con tres trimestres lectivos*

*Módulo de 105 horas reales = 16 faltas de asistencia.*

Los alumnos que hayan perdido el derecho a evaluación continua por faltas de asistencia realizarán una prueba escrita al final del curso.

La prueba será relativa a todos los contenidos del módulo. Para aprobar deben obtener como mínimo un 5 sobre 10 en dicha prueba.

#### Pruebas escritas:

Tendrán lugar al menos dos pruebas escritas por evaluación.

Si el resultado es menor de 4 tiene que recuperar el contenido en el examen de recuperación de la evaluación. La recuperación de cada evaluación será una única prueba con todas las unidades didácticas estudiadas en la evaluación.

Si el resultado es igual o superior a 4 promediará con el resultado del resto de los exámenes, trabajos, pruebas evaluables...

Si el promedio de los exámenes es igual o superior a 5 se considera aprobado este apartado.

El promedio de los exámenes será el 80% de la calificación en cada trimestre.

#### Trabajos y prácticas evaluables.

En lo referente a trabajos individuales o en grupo. Serán actividades que realizarán los alumnos, siguiendo las pautas del profesor. Podrán ser escritas u orales y su calificación se recogerá en el cuaderno del profesor.

Los trabajos tendrán las siguientes calificaciones:

- hasta 10; si se entregan en forma y fecha acordada.
- de 0 si no se han entregado.

La nota correspondiente a los trabajos será la media aritmética de los trabajos realizados a lo largo de la evaluación.

Su valor será de un 20% en cada trimestre.

#### Calificación de cada evaluación

Cuando del resultado de las operaciones realizadas para obtener una calificación se obtuviesen decimales, se redondeará al alza si el decimal superior a 5 siempre y cuando la actitud demostrada por el alumno ha sido correcta según el criterio del profesor.

Las calificaciones parciales de cada evaluación tendrán un mero valor informativo sobre la evolución del aprendizaje del alumno. La calificación final es la que determinará si un alumno ha superado o no el módulo.

#### Recuperación de la evaluación:

Se realizará una recuperación por evaluación para todas las unidades didácticas de la misma siempre que se haya sacado menos de un 4 en los exámenes.

Calificación final del curso

Se obtendrá de la siguiente manera:

Media aritmética de las notas de las tres evaluaciones.

Cuando del resultado de las operaciones realizadas para obtener la calificación se obtuviesen decimales, se redondeará al alza si el decimal superior a 5 siempre y cuando la actitud demostrada por el alumno ha sido correcta a lo largo del curso según el criterio del profesor.

Para que el alumno apruebe el módulo el resultado final de aplicar las normas indicadas debe ser igual o superior a 5 sobre 10.

Si hay evidencia de copia en los exámenes o en las prácticas evaluables, la nota de dicha prueba objetiva, será de 0, y el alumno perderá el derecho a evaluación continua.

## 2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE MÍNIMOS EXIGIBLES

<b>RESULTADO DE APRENDIZAJE:</b>							
1) Analiza las variables del mercado y del entorno de la empresa u organización, valorando su influencia en la actividad de la empresa y en la aplicación de las diferentes estrategias comerciales.							
CRITERIO DE EVALUACIÓN	INDICADOR	MÍNIMO	INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN				UNIDAD
			E	T	J	O	
1.a) Se han identificado las variables del sistema comercial, controlables y no controlables por la empresa, que se han de tener en cuenta para la definición y aplicación de estrategias comerciales.	1.a) Identificar las variables del sistema comercial, controlables y no controlables por la empresa, que se han de tener en cuenta para la definición y aplicación de estrategias comerciales.		X	X	X	X	1
1.b) Se han analizado los efectos de los principales factores del microentorno en la actividad comercial de la organización.	1.b) Analizar los efectos de los principales factores del microentorno en la actividad comercial de la organización.	X	X	X	X	X	1
1.c) Se ha analizado el impacto de las principales variables del macroentorno en la actividad comercial de la empresa u organización.	1.c) Analizar el impacto de las principales variables del macroentorno en la actividad comercial de la empresa u organización.	X	X	X	X	X	1
1.d) Se han identificado las principales organizaciones e instituciones económicas que regulan o influyen en la actividad de los mercados.	1.d.) Identificar las principales organizaciones e instituciones económicas que regulan o influyen en la actividad de los mercados.		X	X	X	X	1

1.e) Se han analizado las necesidades del consumidor y se han clasificado según la jerarquía o el orden de prioridad en la satisfacción de las mismas.	1.e.) Analizar las necesidades del consumidor y se han clasificado según la jerarquía o el orden de prioridad en la satisfacción de las mismas.		X	X	X	X	2
1.f) Se han analizado las fases del proceso de compra del consumidor y las variables internas y externas que influyen en el mismo.	1,f.) Analizar las fases del proceso de compra del consumidor y las variables internas y externas que influyen en el mismo.	X	X	X	X	X	2
1.g) Se han aplicado los principales métodos de segmentación de mercados, utilizando distintos criterios.	1.g.) Aplicar los principales métodos de segmentación de mercados, utilizando distintos criterios.	X	X	X	X	X	2
1.h). Se han definido distintos tipos de estrategias comerciales, aplicando la segmentación del mercado.	1.h.) Definir distintos tipos de estrategias comerciales, aplicando la segmentación del mercado.	X	X	X	X	X	2

RESULTADO DE APRENDIZAJE:							
2) Configura un sistema de información de marketing (SIM) adaptado a las necesidades de información de la empresa, definiendo las fuentes de información, los procedimientos y las técnicas de organización de los datos.							
CRITERIO DE EVALUACIÓN	INDICADOR	MÍNIMO	INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN				UNIDAD
			E	T	J	O	
2.a) Se han determinado las necesidades de información de la empresa para la toma de decisiones de marketing.	2.a.) Determinar las necesidades de información de la empresa para la toma de decisiones de marketing.		X	X	X	X	3
2.b.) Se ha clasificado la información en función de su naturaleza, del origen o procedencia de los datos y de la disponibilidad de los mismos.	2.b.) Clasificar la información en función de su naturaleza, del origen o procedencia de los datos y de la disponibilidad de los mismos.		X	X	X	X	3
2.c.) Se ha caracterizado los subsistemas que integran un SIM, analizando las funciones y objetivos de cada uno de ellos.	2.c.) Caracterizar los subsistemas que integran un SIM, analizando las funciones y objetivos de cada uno de ellos.	X	X	X	X	X	3
2.d.) Se han identificado los datos que son procesados y organizados por un sistema de información de marketing.	2.d.) Identificar los datos que son procesados y organizados por un sistema de información de marketing.		X	X	X	X	3
2.e.) Se han analizado las características de idoneidad que debe poseer un SIM, su tamaño, finalidad y objetivos,	2.e.) Analizar las características de idoneidad que debe poseer un SIM, su tamaño, finalidad y objetivos, en función de las necesidades de información de la empresa u organización	X	X	X	X	X	3

en función de las necesidades de información de la empresa u organización							
2.f) Se han clasificado los datos según la fuente de información de la que proceden.	2.f.) Clasificar los datos según la fuente de información de la que proceden.		X	X	X	X	3
2.g.) Se han aplicado técnicas estadísticas para el tratamiento, análisis y organización de los datos, y para transformarlos en información útil para la toma de decisiones de la empresa u organización.	2.g.) Aplicar técnicas estadísticas para el tratamiento, análisis y organización de los datos, y para transformarlos en información útil para la toma de decisiones de la empresa u organización..	X	X	X	X	X	9/10
2.h.) Se han utilizado herramientas informáticas para el tratamiento, registro e incorporación de la información a la base de datos de la empresa, así como su actualización permanente, de forma que pueda ser utilizada y consultada de manera ágil y rápida.	2.h.) Utilizar herramientas informáticas para el tratamiento, registro e incorporación de la información a la base de datos de la empresa, así como su actualización permanente, de forma que pueda ser utilizada y consultada de manera ágil y rápida.		X	X	X	X	11



RESULTADO DE APRENDIZAJE:							
3) Elabora el plan de la investigación comercial, definiendo los objetivos y finalidad del estudio, las fuentes de información y los métodos y técnicas aplicables para la obtención, tratamiento y análisis de los datos.							
CRITERIO DE EVALUACIÓN	INDICADOR	MÍNIMO	INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN				UNIDAD
			E	T	J	O	
3.a) Se ha establecido la necesidad de realizar un estudio de investigación comercial.	3.a) Establecer la necesidad de realizar un estudio de investigación comercial.	X	X	X	X	X	4
3.b) Se han identificado las fases de un proceso de investigación comercial.	3.b) Identificar las fases de un proceso de investigación comercial.		X	X	X	X	4
3.c) Se ha identificado y definido el problema o la oportunidad que se presenta en la empresa y que se pretende investigar.	3.c) Identificar y definir el problema o la oportunidad que se presenta en la empresa y que se pretende investigar.	X	X	X	X	X	4
3.d) Se ha establecido el propósito de la investigación que hay que realizar, determinando la necesidad de información, el tiempo disponible para la investigación y el destino o persona que va a utilizar los resultados de la investigación.	3.d) Establecer el propósito de la investigación que hay que realizar, determinando la necesidad de información, el tiempo disponible para la investigación y el destino o persona que va a utilizar los resultados de la investigación.		X	X	X	X	4

<p>3.e) Se han formulado de forma clara y concreta los objetivos generales y específicos de la investigación, expresándolos como cuestiones que hay que investigar o hipótesis que se van a contrastar.</p>	<p>3.e) Formular de forma clara y concreta los objetivos generales y específicos de la investigación, expresándolos como cuestiones que hay que investigar o hipótesis que se van a contrastar.</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>4</p>
<p>3.f) Se ha determinado el diseño o tipo de investigación que hay que realizar, exploratoria, descriptiva o causal, en función de los objetivos que se pretenden.</p>	<p>3.f) Determinar el diseño o tipo de investigación que hay que realizar, exploratoria, descriptiva o causal, en función de los objetivos que se pretenden.</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>4</p>
<p>3.g) Se ha elaborado el plan de la investigación, estableciendo el tipo de estudio que hay que realizar, la información que hay que obtener, las fuentes de datos, los instrumentos para la obtención de la información, las técnicas para el análisis de los datos y el presupuesto necesario.</p>	<p>3.g) Elaborar el plan de la investigación, estableciendo el tipo de estudio que hay que realizar, la información que hay que obtener, las fuentes de datos, los instrumentos para la obtención de la información, las técnicas para el análisis de los datos y el presupuesto necesario.</p>		<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>4</p>
<p>3.h) Se han identificado las fuentes de información, primarias y secundarias, internas y externas, que pueden facilitar la información necesaria para la investigación, atendiendo a criterios de fiabilidad, representatividad y coste.</p>	<p>3.h) Identificar las fuentes de información, primarias y secundarias, internas y externas, que pueden facilitar la información necesaria para la investigación, atendiendo a criterios de fiabilidad, representatividad y coste.</p>		<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>4</p>

RESULTADO DE APRENDIZAJE:							
4) Organiza la información secundaria disponible, de acuerdo con las especificaciones y criterios establecidos en el plan de investigación, valorando la suficiencia de los datos respecto a los objetivos de la investigación.							
CRITERIO DE EVALUACIÓN	INDICADOR	MÍNIMO	INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN				UNIDAD
			E	T	J	O	
4.a) Se han seleccionado los datos de las fuentes de información online y offline, de los sistemas de información de mercados y bases de datos internas y externas, de acuerdo con los criterios, plazos y presupuesto establecidos en el plan de investigación comercial.	4.a) Seleccionar los datos de las fuentes de información online y offline, de los sistemas de información de mercados y bases de datos internas y externas, de acuerdo con los criterios, plazos y presupuesto establecidos en el plan de investigación comercial.	X	X	X	X	X	5
4.b) Se han establecido procedimientos de control para asegurar la fiabilidad y representatividad de los datos obtenidos de las fuentes secundarias y rechazar aquellos que no cumplan los estándares de calidad, actualidad y seguridad definidos.	4.b) Establecer procedimientos de control para asegurar la fiabilidad y representatividad de los datos obtenidos de las fuentes secundarias y rechazar aquellos que no cumplan los estándares de calidad, actualidad y seguridad definidos.		X	X	X	X	5
4.c) Se ha clasificado y organizado la información obtenida de las fuentes secundarias, presentándola de forma ordenada para su utilización en la investigación, en el diseño del trabajo de campo o en la posterior fase de análisis de datos.	4.c) Clasificar y organizar la información obtenida de las fuentes secundarias, presentándola de forma ordenada para su utilización en la investigación, en el diseño del trabajo de campo o en la posterior fase de análisis de datos.	X	X	X	X	X	5

<p>4.d) Se ha analizado la información disponible, tanto cuantitativamente, para determinar si es suficiente para desarrollar la investigación, como cualitativamente, aplicando criterios utilidad, fiabilidad y representatividad, para evaluar su adecuación al objeto de estudio.</p>	<p>4.d) Analizar la información disponible, tanto cuantitativamente, para determinar si es suficiente para desarrollar la investigación, como cualitativamente, aplicando criterios utilidad, fiabilidad y representatividad, para evaluar su adecuación al objeto de estudio.</p>		X	X	X	X	5
<p>4.e) Se han detectado las necesidades de completar la información obtenida con la información primaria, comparando el grado de satisfacción de los objetivos planteados en el plan de investigación con la información obtenida de fuentes secundarias.</p>	<p>4.e) Detectar las necesidades de completar la información obtenida con la información primaria, comparando el grado de satisfacción de los objetivos planteados en el plan de investigación con la información obtenida de fuentes secundarias.</p>		X	X	X	X	5
<p>4.f) Se ha procesado y archivado la información, los resultados y las conclusiones obtenidas, utilizando los procedimientos establecidos, para su posterior recuperación y consulta, de forma que se garantice su integridad y actualización permanente.</p>	<p>4.f) Procesar y archivar la información, los resultados y las conclusiones obtenidas, utilizando los procedimientos establecidos, para su posterior recuperación y consulta, de forma que se garantice su integridad y actualización permanente.</p>	X	X	X	X	X	5

RESULTADO DE APRENDIZAJE: 5) Obtiene información primaria de acuerdo con las especificaciones y criterios establecidos en el plan de investigación, aplicando procedimientos y técnicas de investigación cualitativa y/o cuantitativa para la obtención de datos.							
CRITERIO DE EVALUACIÓN	INDICADOR	MÍNIMO	INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN				UNIDAD
			E	T	J	O	
5.a) Se han identificado las técnicas y procedimientos para la obtención de información primaria en estudios comerciales y de opinión, de acuerdo con los objetivos establecidos en el plan de investigación comercial.	5.a) Identificar las técnicas y procedimientos para la obtención de información primaria en estudios comerciales y de opinión, de acuerdo con los objetivos establecidos en el plan de investigación comercial.	X	X	X	X	X	6
5.b) Se han definido los parámetros esenciales para juzgar la fiabilidad y la relación coste-beneficio de los métodos de recogida de información de fuentes primarias.	5.b) Definir los parámetros esenciales para juzgar la fiabilidad y la relación coste-beneficio de los métodos de recogida de información de fuentes primarias.		X	X	X	X	6
5.c) Se han determinado los instrumentos necesarios para obtener información cualitativa, mediante entrevistas en profundidad, dinámica de grupos, técnicas proyectivas, técnicas de creatividad y/o mediante la observación, definiendo su estructura y contenido.	5.c) Determinar los instrumentos necesarios para obtener información cualitativa, mediante entrevistas en profundidad, dinámica de grupos, técnicas proyectivas, técnicas de creatividad y/o mediante la observación, definiendo su estructura y contenido.	X	X	X	X	X	6
5.d) Se han diferenciado los distintos tipos de encuestas ad hoc para la obtención de datos primarios, analizando las	5.d) Diferenciar los distintos tipos de encuestas ad hoc para la obtención de datos primarios, analizando las ventajas e inconvenientes de la encuesta personal, por correo,	X	X	X	X	X	7

ventajas e inconvenientes de la encuesta personal, por correo, por teléfono o a través de Internet	por teléfono o a través de Internet						
5.e) Se han descrito las ventajas de la utilización de medios informáticos, tanto en encuestas personales, como telefónicas o a través de la web (CAPI, MCAPI, CATI y CAWI).	5.e) Describir las ventajas de la utilización de medios informáticos, tanto en encuestas personales, como telefónicas o a través de la web (CAPI, MCAPI, CATI y CAWI).	X	X	X	X	X	7
5.f) Seleccionar la técnica y el procedimiento de recogida de datos más adecuado a partir de unos objetivos de investigación, tiempo y presupuesto determinados.	5.f) Seleccionar la técnica y el procedimiento de recogida de datos más adecuado a partir de unos objetivos de investigación, tiempo y presupuesto determinados.		X	X	X	X	6
5.g) Se han diseñado los cuestionarios y la guía de la entrevista o encuesta, necesarios para obtener la información, de acuerdo con las instrucciones recibidas, comprobando la redacción, comprensibilidad y coherencia de las preguntas, la extensión del cuestionario y la duración de la entrevista, utilizando las aplicaciones informáticas adecuadas.	5.g) Diseñar los cuestionarios y la guía de la entrevista o encuesta, necesarios para obtener la información, de acuerdo con las instrucciones recibidas, comprobando la redacción, comprensibilidad y coherencia de las preguntas, la extensión del cuestionario y la duración de la entrevista, utilizando las aplicaciones informáticas adecuadas.		X	X	X	X	7
5.h) Se han descrito los paneles como instrumentos de recogida de información primaria cuantitativa, analizando diferentes tipos de paneles de consumidores, paneles de detallistas y paneles de audiencias	5.h) Describir los paneles como instrumentos de recogida de información primaria cuantitativa, analizando diferentes tipos de paneles de consumidores, paneles de detallistas y paneles de audiencias.	X	X	X	X	X	7

RESULTADO DE APRENDIZAJE: 6) Determina las características y el tamaño de la muestra de la población objeto de la investigación, aplicando técnicas de muestreo para la selección de la misma.							
CRITERIO DE EVALUACIÓN	INDICADOR	MÍNIMO	INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN				UNIDAD
			E	T	J	O	
6.a.) Se han identificado las distintas variables que influyen en el cálculo del tamaño de la muestra en un estudio comercial.	6.a.) Identificar las distintas variables que influyen en el cálculo del tamaño de la muestra en un estudio comercial.	X	X	X	X	X	8
6.b) Se han caracterizado los distintos métodos y técnicas de muestreo, probabilístico y no probabilístico, aplicables para la selección de una muestra representativa de la población en una investigación comercial, analizando sus ventajas e inconvenientes.	6.b) Caracterizar los distintos métodos y técnicas de muestreo, probabilístico y no probabilístico, aplicables para la selección de una muestra representativa de la población en una investigación comercial, analizando sus ventajas e inconvenientes.		X	X	X	X	8
6.c) Se han analizado comparativamente las técnicas de muestreo probabilístico y no probabilístico, señalando sus ventajas e inconvenientes.	6.c) Analizar comparativamente las técnicas de muestreo probabilístico y no probabilístico, señalando sus ventajas e inconvenientes.	X	X	X	X	X	8
6.d) Se ha descrito el proceso de desarrollo del muestreo aleatorio simple, analizando sus ventajas y las limitaciones que conlleva.	6.d) Describir el proceso de desarrollo del muestreo aleatorio simple, analizando sus ventajas y las limitaciones que conlleva.		X	X	X	X	8

<p>6.e) Se ha descrito el proceso de muestreo, aplicando las diferentes técnicas de muestreo probabilístico, sistemático, estratificado, por conglomerados o por áreas, polietápico y por ruta aleatoria, analizando las ventajas e inconvenientes.</p>	<p>6.e) Describir el proceso de muestreo, aplicando las diferentes técnicas de muestreo probabilístico, sistemático, estratificado, por conglomerados o por áreas, polietápico y por ruta aleatoria, analizando las ventajas e inconvenientes.</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>8</p>
<p>6.f) Se ha analizado el proceso de muestreo, aplicando diferentes técnicas de muestreo no probabilístico, por conveniencia, por juicios, por cuotas y bola de nieve.</p>	<p>6.f) Analizar el proceso de muestreo, aplicando diferentes técnicas de muestreo no probabilístico, por conveniencia, por juicios, por cuotas y bola de nieve.</p>		<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>8</p>
<p>6.g) Se ha calculado el tamaño óptimo de la muestra, las características y elementos que la componen y el procedimiento aplicable para la obtención de la misma.</p>	<p>6.g) Calcular el tamaño óptimo de la muestra, las características y elementos que la componen y el procedimiento aplicable para la obtención de la misma.</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>8</p>



RESULTADO DE APRENDIZAJE: 7) Realiza el tratamiento y análisis de los datos obtenidos y elabora informes con las conclusiones, aplicando técnicas de análisis estadístico y herramientas informáticas.							
CRITERIO DE EVALUACIÓN	INDICADOR	MÍNIMO	INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN				UNIDAD
			E	T	J	O	
7.a.) Se han codificado, tabulado y representado gráficamente los datos obtenidos en la investigación comercial, de acuerdo con las especificaciones recibidas.	7.a.) Codificar, tabular y representar gráficamente los datos obtenidos en la investigación comercial, de acuerdo con las especificaciones recibidas.	X	X	X	X	X	9
7.b) Se han calculado las medidas estadísticas de tendencia central y de dispersión de datos más significativas y las medidas que representan la forma de la distribución.	7.b) Calcular las medidas estadísticas de tendencia central y de dispersión de datos más significativas y las medidas que representan la forma de la distribución.	X	X	X	X	X	9/10
7.c) Se han aplicado técnicas de inferencia estadística, para extrapolar los resultados obtenidos en la muestra a la totalidad de la población con un determinado grado de confianza y admitiendo un determinado nivel de error muestral.	7.c) Aplicar técnicas de inferencia estadística, para extrapolar los resultados obtenidos en la muestra a la totalidad de la población con un determinado grado de confianza y admitiendo un determinado nivel de error muestral.	X	X	X	X	X	8/10

7.d) Se han determinado los intervalos de confianza y los errores de muestreo.	7.d) Determinar los intervalos de confianza y los errores de muestreo.	X	X	X	X	X	8
7.e) Se han utilizado hojas de cálculo para el análisis de los datos y el cálculo de las medidas estadísticas.	7.e) Utilizar hojas de cálculo para el análisis de los datos y el cálculo de las medidas estadísticas.		X	X	X	X	9
7.f) Se han obtenido conclusiones relevantes a partir del análisis de la información obtenida de la investigación comercial realizada.	7.f) Obtener conclusiones relevantes a partir del análisis de la información obtenida de la investigación comercial realizada.		X	X	X	X	9
7.g) Se han presentado los datos obtenidos en la investigación, convenientemente organizados, en forma de tablas estadísticas y acompañados de las representaciones gráficas más adecuadas.	7.g) Presentar los datos obtenidos en la investigación, convenientemente organizados, en forma de tablas estadísticas y acompañados de las representaciones gráficas más adecuadas.	X	X	X	X	X	9
7.h) Se han presentado los datos obtenidos en la investigación, convenientemente organizados, en forma de tablas estadísticas y acompañados de las representaciones gráficas más adecuadas.	7.h) Presentar los datos obtenidos en la investigación, convenientemente organizados, en forma de tablas estadísticas y acompañados de las representaciones gráficas más adecuadas.		X	X	X	X	9

7.i) Se han incorporado los datos y resultados de la investigación a una base de datos en el formato más adecuado para la introducción, recuperación y presentación de la información con rapidez y precisión.	7.i) Incorporar los datos y resultados de la investigación a una base de datos en el formato más adecuado para la introducción, recuperación y presentación de la información con rapidez y precisión.		X	X	X	X	11
--	--	--	---	---	---	---	----

RESULTADO DE APRENDIZAJE: 8) Gestiona bases de datos relacionales, de acuerdo con los objetivos de la investigación, determinando los formatos más adecuados para la introducción, recuperación y presentación de la información con rapidez y precisión.							
CRITERIO DE EVALUACIÓN	INDICADOR	MÍNIMO	INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN				UNIDAD
			E	T	J	O	
8.a.) Se han identificado los diferentes elementos que conforman una base de datos, sus características y utilidades aplicables a la investigación comercial.	8.a.) Identificar los diferentes elementos que conforman una base de datos, sus características y utilidades aplicables a la investigación comercial.	X	X	X	X	X	11
8.b) Se ha diseñado una base de datos, relacionales de acuerdo con los objetivos de la investigación comercial.	8.b) Diseñar una base de datos, relacionales de acuerdo con los objetivos de la investigación comercial.		X	X	X	X	11

<p>8.c) Se han identificado los diferentes tipos de consultas disponibles en una base de datos, analizando la funcionalidad de cada uno de ellos.</p>	<p>8.c) Identificar los diferentes tipos de consultas disponibles en una base de datos, analizando la funcionalidad de cada uno de ellos.</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>11</p>
<p>8.d) Se han realizado búsquedas avanzadas de datos y diferentes tipos de consultas de información dirigidas.</p>	<p>8.d) Realizar búsquedas avanzadas de datos y diferentes tipos de consultas de información dirigidas.</p>		<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>11</p>
<p>8.e) Se han manejado las utilidades de una aplicación informática de gestión de bases de datos para consultar, procesar, editar, archivar y mantener la seguridad, integridad y confidencialidad de la información.</p>	<p>8.e) Manejar las utilidades de una aplicación informática de gestión de bases de datos para consultar, procesar, editar, archivar y mantener la seguridad, integridad y confidencialidad de la información.</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>11</p>
<p>8.f) Se han diseñado diferentes formatos de presentación de la información, utilizando las herramientas disponibles.</p>	<p>8.f) Diseñar diferentes formatos de presentación de la información, utilizando las herramientas disponibles.</p>		<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>11</p>
<p>8.g) Se han identificado los datos que es necesario presentar, determinando los archivos que los contienen o creando los archivos que debieran contenerlos.</p>	<p>8.g) Identificar los datos que es necesario presentar, determinando los archivos que los contienen o creando los archivos que debieran contenerlos.</p>		<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>11</p>

<p>8.h) Se han creado los informes o etiquetas necesarias, presentando la información solicitada de forma ordenada y sintética en los formatos adecuados a su funcionalidad.</p>	<p>8.h) Crear los informes o etiquetas necesarias, presentando la información solicitada de forma ordenada y sintética en los formatos adecuados a su funcionalidad.</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>11</p>
<p>8.i) Se han creado los formularios acordes necesarios para la introducción de datos de forma personalizada o utilizando herramientas de creación automatizada.</p>	<p>8.i) Crear los formularios acordes necesarios para la introducción de datos de forma personalizada o utilizando herramientas de creación automatizada.</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>X</p>	<p>11</p>

### **3. PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN.**

Al iniciar el curso se realiza una prueba con contenidos relacionados con el módulo, con el fin de conocer los conocimientos básicos que el alumno posee de la materia que se impartirá durante el curso.

Durante el curso los principales instrumentos de evaluación serán los exámenes y las actividades propuestas por el profesor

La evaluación del aprendizaje de los alumnos es un instrumento que permite valorar de forma objetiva el proceso formativo de los alumnos y el nivel de progreso alcanzado con respecto a los objetivos generales del ciclo de Marketing y Publicidad.

En régimen de enseñanza presencial, la evaluación continua del proceso formativo requiere la asistencia regular a las actividades lectivas programadas.

El número de faltas de asistencia (excluidas las laborales) que determina la pérdida del derecho a la evaluación continua es del 15% de las 100 horas reales de duración del módulo.

Del porcentaje anterior quedarán excluidos los alumnos que cursen este módulo y tengan que conciliar el aprendizaje con la actividad laboral. La exclusión deberá ser solicitada por el alumno.

La pérdida del derecho a evaluación continua supone, la no evaluación parcial del alumno, quedando pendiente de evaluar todo el módulo en el mes junio. Al final de curso se evaluará al alumno en un único examen con todas las unidades didácticas del módulo.

Las fechas de realización de las pruebas de evaluación se programarán de acuerdo con los alumnos. Si un alumno no se presenta a un examen en la fecha establecida deberá presentarse en la fecha de la recuperación.

La nota de final de curso se obtendrá a partir de una media aritmética de todas las evaluaciones.

#### **3.1. OBTENCION DE LA NOTA DE CADA EVALUACION**

Las notas de cada evaluación estarán formadas los resultados de los exámenes, por la calificación de los trabajos individuales obligatorios y por la calificación de la actitud en clase.

Los resultados de los exámenes serán el 80% de la calificación de la evaluación.

Los trabajos individuales obligatorios serán el 20% de la calificación de la evaluación.

La nota de cada evaluación será la media aritmética de los exámenes y se aplicarán los porcentajes descritos en el párrafo anterior.

Si la nota, aplicando los porcentajes descritos anteriormente, es igual o superior a 5 el alumno aprobará la evaluación. En caso que el alumno no supere la evaluación, tendrá que presentarse de aquellos exámenes con calificaciones inferiores a 5.

### **3.2. OBTENCIÓN DE LA NOTA DE JUNIO**

Aprobará aquel alumno que obtenga una calificación igual o superior a 5. Se aplicará la media aritmética de todos los exámenes realizados y se aplicarán los porcentajes descritos en el apartado anterior.

En caso que la nota global de junio sea inferior a 5, el alumno se presentará de aquellas partes que no haya superado, no siendo necesario presentarse a un examen global de todo el módulo.

### **3.3. OBTENCIÓN DE LA NOTA DE LA EVALUACIÓN EXTRAORDINARIA**

En el caso que el alumno tenga que presentarse a las pruebas de evaluación extraordinaria, sólo realizará pruebas y actividades relacionadas con aquellos exámenes no superados durante el curso, no siendo necesario presentarse a un examen global de todo el módulo.

A tener en cuenta, que en caso que el alumno se presente a las pruebas de evaluación extraordinaria, la nota máxima que podrá obtener será 5.