

Comp. Espec.	Criterios evaluación	%	peso competencia	Cálculo valor CR
2.MD.RA1	1. Conoce y aplica los Fundamentos de Marketing Digital, enfocándose en la segmentación de mercado, el posicionamiento de marca y la diferenciación de productos para destacar en el mercado competitivo.	30	30	
	2.MD.RA1.CR1 a) Se han identificado y definido de manera precisa los conceptos y términos clave del marketing digital.	20	MEDIA PONDERADA	
	2.MD.RA1.CR2 b) Se han identificado segmentos de mercado objetivo	19	MEDIA PONDERADA	
	2.MD.RA1.CR3 c) Se han desarrollado estrategias de posicionamiento de marca efectivas.	19	MEDIA PONDERADA	
	2.MD.RA1.CR4 d) Se han aplicado técnicas de diferenciación de productos o servicios.	14	MEDIA PONDERADA	
	2.MD.RA1.CR5 e) Se ha abordado y evaluado la responsabilidad social en las campañas de marketing digital de manera integral.	14	MEDIA PONDERADA	
	2.MD.RA1.CR6 f) Se han establecido prácticas seguras para la gestión de datos de clientes, asegurando la privacidad y seguridad.	14	MEDIA PONDERADA	
Comp. Espec.	Criterios evaluación	%	peso competencia	Cálculo valor CR
2.MD.RA2	2. Implementa estrategias básicas de optimización de motores de búsqueda (SEO) y marketing en motores de búsqueda (SEM) para mejorar la visibilidad en internet.	18	18	
	2.MD.RA2.CR1 a) Se han implementado técnicas de SEO para mejorar el ranking en los resultados de búsqueda orgánicos.	17	MEDIA PONDERADA	
	2.MD.RA2.CR2 b) Se ha utilizado algún programa de publicidad online para crear campañas de publicidad pagada.	17	MEDIA PONDERADA	
	2.MD.RA2.CR3 c) Se ha analizado el rendimiento de las campañas de SEM.	16	MEDIA PONDERADA	
	2.MD.RA2.CR4 d) Se han identificado oportunidades de mejora en el sitio basadas en análisis SEO	17	MEDIA PONDERADA	
	2.MD.RA2.CR5 e) Se ha optimizado el contenido del sitio web para la búsqueda orgánica	17	MEDIA PONDERADA	
	2.MD.RA2.CR6 f) Se ha gestionado el presupuesto de las campañas de SEM de manera eficiente.	16	MEDIA PONDERADA	
Comp. Espec.	Criterios evaluación	%	peso competencia	Cálculo valor CR
2.MD.RA3	3. Utiliza eficazmente las plataformas de redes sociales más relevantes para crear y gestionar contenido que atraiga a su audiencia objetivo.	18	18	
	2.MD.RA3.CR1 a) Se han generado contenidos audiovisuales y fotográficos de la actividad, productos y procesos comerciales atractivos y adecuados.	17	MEDIA PONDERADA	
	2.MD.RA3.CR2 b) Se han utilizado herramientas novedosas para gestionar publicaciones de manera ágil y eficiente.	17	MEDIA PONDERADA	
	2.MD.RA3.CR3 c) Se ha monitorizado la interacción de los usuarios con el contenido publicado.	17	MEDIA PONDERADA	
	2.MD.RA3.CR4 d) Se han analizado métricas de rendimiento de las publicaciones.	15	MEDIA PONDERADA	
	2.MD.RA3.CR5 e) Se ha optimizado el rendimiento de las publicaciones basado en análisis de datos.	17	MEDIA PONDERADA	
	2.MD.RA3.CR6 f) Se han efectuado comunicaciones, publicidad y ventas con otros usuarios de la red a través de redes sociales.	17	MEDIA PONDERADA	
Comp. Espec.	Criterios evaluación	%	peso competencia	Cálculo valor CR
2.MD.RA4	4. Diseña páginas Web y participa de forma activa en la ejecución de campañas de email marketing efectivas, incluyendo la creación de listas de correo.	18	18	
	2.MD.RA4.CR1 a) Se han utilizado programas comerciales que permiten crear de forma sencilla los ficheros que componen las páginas web.	17	MEDIA PONDERADA	
	2.MD.RA4.CR2 b) Se ha construido una web eficiente para el comercio electrónico registrada con dominio propio o con alojamiento gratuito	16	MEDIA PONDERADA	
	2.MD.RA4.CR3 c) Se han diseñado emails atractivos y responsivos, optimizando el contenido y diseño, basado en análisis de datos.	16	MEDIA PONDERADA	
	2.MD.RA4.CR4 d) Se han adaptado las campañas a diferentes audiencias y objetivos comerciales.	17	MEDIA PONDERADA	
	2.MD.RA4.CR5 e) Se han creado listas segmentadas de manera precisa, considerando criterios relevantes para la audiencia.	17	MEDIA PONDERADA	
	2.MD.RA4.CR6 f) Se ha gestionado la frecuencia y el calendario de envío de emails.	17	MEDIA PONDERADA	
Comp. Espec.	Criterios evaluación	%	peso competencia	Cálculo valor CR
2.MD.RA5	5. Recopila, analiza e interpreta datos utilizando herramientas de análisis web para medir el rendimiento de las campañas de marketing digital.	16	16	
	2.MD.RA5.CR1 a) Se han empleado herramientas de análisis de manera efectiva para recopilar y analizar datos relacionados con el rendimiento de las campañas.	17	MEDIA PONDERADA	
	2.MD.RA5.CR2 b) Se han interpretado los datos recopilados de forma clara y fundamentada, identificando patrones y tendencias relevantes.	17	MEDIA PONDERADA	
	2.MD.RA5.CR3 c) Se ha analizado el comportamiento del usuario en línea.	17	MEDIA PONDERADA	
	2.MD.RA5.CR4 d) Se ha calculado el retorno de inversión (ROI) de las acciones de marketing.	17	MEDIA PONDERADA	
	2.MD.RA5.CR5 e) Se han identificado oportunidades de mejora basadas en el análisis de datos.	16	MEDIA PONDERADA	
	2.MD.RA5.CR6 f) Se ha elaborado un informe de análisis de datos claros y concisos, comunicando los resultados obtenidos.	16	MEDIA PONDERADA	



I-JUSTIFICACIÓN NORMATIVA

- Ley Orgánica 3/2020 (LOMLOE), de 29 de diciembre, por la que se modifica la Ley Orgánica de Educación 2/2006 (LOE), de 3 de mayo.
- REAL DECRETO 659/2023, de 18 de julio, por el que se desarrolla la ordenación del Sistema de Formación Profesional.
- REAL DECRETO 1631/2009, de 30 de octubre, por el que se establece el título de Técnico en Gestión Administrativa y se fijan sus enseñanzas mínimas.
- DECRETO 251/2011, de 12 de agosto, por el que se establece el currículo del ciclo formativo de grado medio correspondiente al título de Técnico en Gestión Administrativa en la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha.
- Orden 29/07/2010 por la que se regula la evaluación, promoción y acreditación académica del alumnado de Formación Profesional inicial del Sistema Educativo en Castilla-La Mancha.
- DECRETO 85/2018, de 29 de noviembre, por el que se regula la inclusión educativa en Castilla-La Mancha.
- Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de protección de datos y garantía de los derechos digitales.
- Ley Orgánica 3 / 2022 de 31 de marzo, de ordenación e integración de la Formación Profesional.
- Real Decreto 499/2024, de 21 de mayo, por el que se modifican determinados reales decretos por los que se establecen títulos de Formación Profesional de grado medio y se fijan sus enseñanzas mínimas.
- Decreto 79/2024, de 5 de noviembre, por el que se modifican determinados decretos que establecen los currículos de los ciclos formativos de grado medio correspondientes a los títulos de Técnico/a de Formación Profesional en la comunidad autónoma de Castilla-La Mancha.
- Orden 201/2024, de 28 de noviembre, de la Consejería de Educación, Cultura y Deportes, por la que se regula la evaluación, promoción, titulación y certificación académica del alumnado matriculado en los grados D Y E de Formación Profesional en Castilla-La Mancha.
- Orden 204/2024 de 2 de diciembre, por la que se regula la evaluación, promoción, titulación y certificación académica del alumnado matriculado en los grados D Y E de Formación Profesional de Castilla-La Mancha..
- Instrucciones de 12 de septiembre de 2025 de la Dirección General de Formación Profesional para los centros educativos que imparten enseñanzas de Formación Profesional de Grado D y E, para la puesta en marcha y desarrollo del Periodo de formación en empresa y organismo equiparado durante el curso 2025/2026

II- CONTENIDOS SECUENCIADOS EN UNIDADES DE TRABAJO

UNIDAD DE TRABAJO 1.FUNDAMENTOS DE MARKETING

- Fundamentos del marketing digital y tradicional.
- Análisis de mercado y segmentación.
- Estrategias de posicionamiento de marca.
- Diferenciación de productos y servicios.
- Investigación de mercado aplicada.
- Comunicación y presentación de estrategias de marketing.
- Responsabilidad social
- Reputación y percepción de marca

UNIDAD DE TRABAJO 2: ESTRATEGIAS BÁSICAS DE OPTIMIZACIÓN DE MOTORES DE BÚSQUEDA

- Fundamentos de SEO (optimización de motores de búsqueda).
- Experiencia del usuario y SEO técnico.
- Introducción a Google Ads y SEM (marketing en motores de búsqueda).
- Análisis y optimización de campañas de SEM.
- Creación y optimización de contenido para SEO.
- Gestión de presupuesto en SEM.
- Herramientas de SEO y SEM

UNIDAD DE TRABAJO 3: PLATAFORMAS DE REDES SOCIALES MÁS RELEVANTES.

- Introducción a las redes sociales en el marketing digital.
- Planificación de contenido para redes sociales.
- Herramientas de programación y gestión de publicaciones.
- Monitorización y análisis de la interacción.
- Análisis de métricas y rendimiento en redes sociales.
- Optimización de contenido y estrategias en redes sociales.
- Creación de contenido visual y textual para redes sociales.
- Estrategias creativas y tendencias en redes sociales.

UNIDAD DE TRABAJO N° 4: PÁGINAS WEB Y CAMPAÑAS DE EMAIL MARKETING

- Creación de páginas web con los editores web más usuales enfocada al comercio electrónico.
- Catálogo y carrito de la compra online.
- Creación de una landing page con un lead magnet atractivo.
- Introducción al email marketing.
- Construcción y segmentación de listas de correo.
- Diseño de emails atractivos y responsivos.
- Implementación de la segmentación en campañas de email.
- Análisis y optimización de campañas de email.

- Optimización del contenido y diseño de emails.
- Gestión de la frecuencia y calendario de envío.
- Mejores prácticas y tendencias en email marketing.

UNIDAD DE TRABAJO N° 5: ANALÍTICA WEB

- Introducción a las herramientas de análisis web.
- Introducción al análisis de datos en marketing digital.
- Recopilación de datos de rendimiento de campañas.
- Análisis del comportamiento del usuario en línea.
- Elaboración de informes.
- Cálculo del retorno de inversión (ROI) en marketing digital.
- Identificación de oportunidades de mejora.
- Segmentación de audiencia y personalización de campañas.
- Implementación de ajustes estratégicos basados en datos.
- Mejores prácticas y ética en el análisis de datos

TEMPORIZACIÓN

El currículo de CLM establece una cantidad de 80 horas lectivas para este módulo. Calculadas las horas reales lectivas para este curso, la temporalización a priori de cada una de las unidades de trabajo hasta la primera evaluación ordinaria es la siguiente:

UT del módulo	HORAS PREVISTAS	TRIMESTRE
1 Fundamentos del marketing	35	PRIMERO
2 Estrategias básicas de SEO/SEM	12	PRIMERO/TERCERO
3 Redes sociales	12	SEGUNDO/TERCERO
4 Páginas web	17	SEGUNDO/TERCERO
5 Análisis datos	12	SEGUNDO/TERCERO
Programa DUAL	34	TERCERO
TOTALES	114	

Las horas correspondientes de este módulo a FP Dual serán 34 horas, tal y como se ha establecido con el resto del profesorado del departamento. Dichas horas se cursarán durante el tercer trimestre.

III METODOLOGÍA

Actividades, líneas de actuación y orientaciones pedagógicas

Actividades,,

El estudio de los resultados de aprendizaje y de sus correspondientes criterios de evaluación contrastados con los elementos de capacidad profesional descritos para este título profesional, se deduce que el aprendizaje debe basarse en el SABER HACER y que los contenidos del módulo deben, por lo tanto, definirse en torno a los procesos de trabajo.

La metodología utilizada debe buscar enfrentar al alumno a la simulación de casos prácticos sobre procesos de trabajo reales. Asimismo, debe servir para favorecer en el alumnado la capacidad para aprender por sí mismo y para trabajar en grupo.

La metodología a aplicar se apoya en los siguientes aspectos:

Introducción: al comienzo de cada Unidad se promoverá un debate en clase que permita identificar las variables a tener en cuenta.

Exposición del Tema: El trabajo de cada Unidad comenzará con una exposición de los contenidos por parte del profesor. Esta exposición debe servir para presentar los contenidos al alumnado, pero también como instrumento de evaluación inicial contrastando los conocimientos previos, y como instrumento para llamar la atención de los alumnos sobre los conceptos que se van a tratar.

Estas exposiciones promoverán la participación de los alumnos y alumnas en el proceso de aprendizaje; para ello la exposición del profesor irá cargada de preguntas que van surgiendo a lo largo del desarrollo del tema, unas preguntas serán respondidas por el mismo profesor y otras por los alumnos. El objetivo en este caso es fomentar en el alumno la capacidad de aprender por sí mismo y trabajar en equipo.

Afianzamiento: dada la extensión de algunos temas, será conveniente a mitad de su desarrollo realizar un esquema/resumen de lo estudiado hasta ese momento con el fin de no perder el hilo.

Propuesta de Actividades: el desarrollo de las actividades propuestas constituye otro pilar fundamental para el desarrollo del proceso de enseñanza-aprendizaje. Las actividades permiten a los alumnos y alumnas enfrentarse a la toma de decisiones en cuanto que dichas actividades están planteadas para enfrentar a los alumnos ante problemas concretos que pueden ser abordados desde diversas alternativas.

Para su desarrollo se podrán realizar dichas actividades en grupos de dos alumnos.

El objetivo de algunas actividades será desarrollar, en el alumno, la capacidad de síntesis. En otras, el objetivo será desarrollar su capacidad de análisis y razonamiento ante una situación determinada.

Internet. El uso de Internet es básico en la búsqueda de información hoy en día. Muchas actividades de búsqueda de información que hace pocos años requerían el desplazamiento a Organismos Públicos y Privados, o Entidades Financieras, se pueden buscar hoy en día en Internet y se encuentran a un solo clic del ratón.

Con todo lo anterior se pretende fomentar la iniciativa del alumno (muy importante en la toma de decisiones que se requiere en este campo) y el autoaprendizaje desarrollando capacidades de comprensión y análisis, relación, búsqueda y manejo de la información, y capacitando al alumno para que se enfrente a situaciones de trabajo cambiantes y nuevas.

Otras actividades a tener en cuenta son:

Actividades de ampliación: para que los alumnos con un ritmo más rápido de lo normal puedan profundizar en su aprendizaje, manteniendo el interés en clase. Se proporcionará más ejercicios prácticos y de mayor profundización, así como trabajos de investigación sobre aspectos relacionados con los contenidos a tratar en cada unidad de trabajo.

Actividades de evaluación: dirigidas a la evaluación formativa que no estuvieran cubiertas por las actividades de aprendizaje de los tipos anteriores.

Actividades de recuperación: para ayudar a los alumnos con un ritmo más lento de lo normal a alcanzar los mínimos exigibles. Se facilitará una relación de ejercicios de recuperación y actividades que les ayuden a afianzar los temas tratados. Estas actividades también se realizarán en el periodo comprendido entre la 1^a evaluación ordinaria y la 2^a evaluación ordinaria de junio.

IV EVALUACIÓN

Métodos de evaluación

- La evaluación de los alumnos será de forma continua.
- Para superar el módulo, los alumnos tendrán que superar todos y cada uno de los RRAA, debiendo obtener por tanto una calificación igual o superior a 5 en cada uno de ellos.

- A lo largo del desarrollo de las UUUTT se emplearán los instrumentos adecuados para la correcta evaluación de cada RRAA (pruebas escritas, trabajos, prácticas, actividades de clase, trabajos de investigación).
- Las pruebas objetivas podrán consistir en controles de carácter teórico-práctico, en los que se podrán incluir según el contenido a evaluar, preguntas tipo test, preguntas de desarrollo y/o ejercicios prácticos
- Se programarán distintos instrumentos para la correcta evaluación de cada uno de los RRAA. El profesor decidirá según el contenido a evaluar, cuáles serán los más adecuados en cada caso. Se podrán agrupar varios criterios de evaluación que pertenezcan al mismo RRAA en un solo instrumento, teniéndose en cuenta el peso de cada uno de ellos y obteniéndose una nota conjunta para los CCEE evaluados en dicha prueba.
- En aquellos RRAA que, para su evaluación, sea más apropiado realizar una actividad o trabajo grupal en vez de la prueba objetiva, ésta podrá ser sustituida por dicho instrumento de evaluación.
- La calificación de cada RRAA se obtendrá de realizar una media ponderada de la calificación obtenida en cada uno de los criterios de evaluación incluidos en cada uno.
- En la medida de lo posible, los trabajos serán expuestos en clase.
- La evaluación será formativa, informando a los alumnos de los puntos fuertes para consolidarlos y de los puntos débiles para mejorarlos en cada una de las entregas, bien por escrito a través del aula virtual o de modo verbal en clase.
- A la hora de calificar una práctica, el profesor podrá solicitar al alumno que realice una defensa de la misma. El alumno tendrá que explicar cómo ha realizado la práctica y deberá contestar a las preguntas relacionadas con la práctica que le haga el profesor. La calificación se hará en función de esta defensa.
- La calificación de las actividades y trabajos no presentados, así como las copiadas entre compañeros será de cero.
- No se recogerán entregas fuera de plazo. Se informará al alumno sobre el modo de proceder, que podrá ser:
 - Entrega y defensa de la misma el día asignado para recuperaciones.
 - Prueba escrita o práctica relacionada el día asignado para recuperaciones.
- Cuando la causa de la no entrega de los trabajos/actividades sea debidamente justificada, el profesor estimará si proponer al alumno otro trabajo/actividad de similares características para su realización y posterior calificación, siempre dentro del plazo fijado por el profesor mencionado anteriormente.
- No se repiten pruebas/exámenes. No se repetirán exámenes al alumnado que falten a clase el día de la realización de los mismos, aunque se aporte certificado oficial (médico o cualesquier otros). El alumnado podrá examinarse de esa materia en la recuperación posterior que se realice. Esto no será de aplicación en las pruebas programadas para las convocatorias de primera y segunda ordinaria, en las que para aquellos alumnos que presenten la debida documentación que justifique su ausencia, se les programará otra fecha para su realización.

Para ello haremos uso de:

EducamosCLM: Para recoger y almacenar los entregables que lleve a cabo el alumnado.

El Cuaderno del Profesor: se organizará para anotar sistemáticamente los resultados de las pruebas objetivas realizadas y de los entregables de las actividades de desarrollo planteadas, de forma que en cada evaluación podamos, de un vistazo, evaluar el progreso de cada alumno.

V- PROCEDIMIENTO DE CALIFICACIÓN

CALIFICACIÓN DE CADA CRITERIO DE EVALUACIÓN (CE)

- Los CCEE se evaluarán y calificarán con un valor de 0 a 10. Se podrán evaluar, de forma individual o agrupándose en un solo instrumento de evaluación aquellos CE que pertenezcan al mismo RRAA, considerándose que el CE ha sido logrado si la calificación es mayor o igual a 5..
- Para calificar cada CCEE se usarán los distintos instrumentos de evaluación indicados en el apartado anterior.

CALIFICACIÓN DE CADA RESULTADO DE APRENDIZAJE (RA)

- Cada RA se evaluará independientemente de los demás, obteniéndose una calificación numérica de 0 a 10.
- Cada CE dentro del RA tendrá un peso en función de su relevancia.
- Para que un RA sea considerado superado, el alumno deberá tener una calificación promedio mayor o igual a 5. En las convocatorias ordinarias, se podrá NO tener en cuenta esta restricción si, analizando el conjunto de calificaciones de los RRAA, se considera que a modo global se ha logrado el aprendizaje.

CALIFICACIÓN FINAL DEL MÓDULO

- En cada sesión de evaluación se calificará el módulo con una nota entera de 1 a 10. Esta nota se obtendrá de redondear la nota media ponderada de las calificaciones de los resultados de aprendizaje, conforme a la siguiente tabla:

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	UUTT	% 1 ^º ev.	% 2 ^º ev.	% 3 ^º ev.	% ev. ordinaria
1. Conoce y aplica los Fundamentos de Marketing Digital, enfocándose en la segmentación de mercado, el posicionamiento de marca y la diferenciación de productos para destacar en el mercado competitivo	Ut 1	30 %			30 %
2. Implementa estrategias básicas de optimización de motores de búsqueda (SEO) y marketing en motores de búsqueda (SEM) para mejorar la visibilidad en internet	Ut 2	14,94 %		3,06 %	18%
3. Utiliza eficazmente las plataformas de redes sociales más relevantes para crear y gestionar contenido que atraiga a su audiencia objetivo	Ut 3	14,94 %		3,06 %	18 %
4. Diseña páginas Web y participa de forma activa en la ejecución de campañas de email marketing efectivas, incluyendo la creación de listas de correo	Ut 4		15,12 %	2,88 %	18 %
5. Recopila, analiza e interpreta datos utilizando herramientas de análisis web para medir el rendimiento de las campañas de marketing digital	Ut 5		13,28 %	2,72 %	16 %
TOTAL		59,88 %	88,28%	100 %	100%

- La calificación final del módulo se obtendrá de redondear la nota media ponderada de las calificaciones de los resultados de aprendizaje.
- Para la realización de dicha media, el alumno deberá aprobar cada uno de los RRAA, es decir, tener una calificación mínima de 5 en cada uno de los RRAA. De lo contrario, tendrá una nota en la evaluación inferior a 5. En las convocatorias ordinarias, se podrá no tener en cuenta esta restricción si, analizando el conjunto de RRAA, se considera que el alumno está capacitado para desempeñar adecuadamente las tareas profesionales correspondientes al módulo formativo.
- Para ello el desarrollo de la calificación será el indicado en la tabla anterior y estará recogida en el cuaderno del profesor.
- Estos porcentajes podrán variar a lo largo del curso, cambios que serán tratados y reflejados en reuniones de departamento.
- Los alumnos que no vayan al periodo de formación en empresas, se quedarán en el centro recuperando los RA suspensos. Para ello, el profesorado utilizará los instrumentos de evaluación más adecuados en cada caso según la materia a recuperar. Estos instrumentos podrán consistir en pruebas objetivas, o en entregas de trabajos o actividades. Esta decisión será comunicada al alumno en cada caso particular.

VI- PROCEDIMIENTO DE RECUPERACIÓN DE CADA EVALUACIÓN

Consideraciones:

- El alumnado dispone de 2 convocatorias por curso. El nº total de convocatorias del módulo es de 4.
- El alumno deberá recuperar los RRAA no logrados hasta el momento.
- En las recuperaciones se emplearán los instrumentos adecuados para la evaluación de cada RA.
- Los RRAA se evaluarán de 0 a 10, igual que en primera instancia, y la nueva nota será única que cuente para la calificación y, por tanto, para la nota final, respetando así el principio de evaluación continua.
- Cuando se recurre a la re-entrega de prácticas, trabajos, actividades; cuya realización pueda albergar dudas de autoría y correcto aprendizaje, se podrá exigir al alumno que explique y justifique su solución propuesta y la calificación vendrá determinada por la adecuación de dicha defensa.

Recuperación durante la evaluación continua

Se realizarán 2 recuperaciones antes de la primera sesión de evaluación ordinaria:

- La primera en el primer trimestre. A criterio del profesor y según el ritmo del grupo se podrá realizar antes de la primera evaluación o al finalizar el primer trimestre.
- La segunda en el segundo trimestre, que al igual que en la anterior a criterio del profesor se podrá realizar antes o después de la evaluación. Se recuperarán únicamente los RRAA no superados impartidos en este trimestre

Recuperación en 1º Evaluación Ordinaria

- El alumno deberá recuperar los RRAA no logrados hasta el momento.
- En las recuperaciones se emplearán los instrumentos adecuados para la evaluación de cada RA.
- Los RRAA se evaluarán de 0 a 10, igual que en primera instancia, y la nueva nota será la única que cuente para la calificación y, por tanto, para la nota final, respetando así el principio de evaluación continua.

SISTEMAS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN PARA EL ALUMNO QUE PIERDA EL DERECHO A LA EVALUACIÓN CONTINUA

Según la Orden 201/2024, de 28 de noviembre, de la Consejería de Educación, Cultura y Deportes, por la que se regula la evaluación, promoción, titulación y certificación académica del alumnado matriculado en los grados D y E de Formación Profesional en Castilla-La Mancha, una asistencia inferior al 75% de las horas de duración del módulo supondrá la pérdida del derecho a la evaluación continua (las faltas de asistencia debidamente justificadas no serán computables).

Estos alumnos podrán superar el módulo en primera ordinaria, siendo los RRAA a recuperar todos los del módulo, independientemente de las calificaciones que el alumno hubiera podido obtener antes de la pérdida de evaluación continua.

Esta recuperación se realizará con instrumentos de evaluación similares a los establecidos previamente y respetando la ponderación asociada a sus criterios de evaluación.

PLANIFICACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE RECUPERACIÓN PARA EL ALUMNADO QUE NO SUPERA EL MÓDULO EN LA PRIMERA CONVOCATORIA ORDINARIA DEL CURSO ACADÉMICO

- Los alumnos que no hayan superado el módulo en la primera convocatoria ordinaria del curso, tendrán que evaluarse de nuevo en el mes de junio en la segunda convocatoria ordinaria del curso.
- Para ellos se entregará un plan de recuperación individualizado en el que se indicará los RRAA pendientes de superar de los que se tiene que volver a evaluar.
- Los alumnos de primer curso que no superen los RA en la fase de formación en la empresa, serán evaluados como no superados en la primera ordinaria y tendrán que evaluarse de nuevo en la segunda convocatoria ordinaria, el profesor decidirá los instrumentos más adecuados en cada caso, que podrán consistir en una prueba objetiva o en la entrega de actividades.
- En relación a los alumnos que soliciten la exención del periodo de formación en empresas. Según el art. 131, Real Decreto 659/2023, es el equipo docente del centro el responsable único de la evaluación y calificación del alumno. Remito a la Programación General del departamento

PLANIFICACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE PROFUNDIZACIÓN PARA EL ALUMNADO QUE, HABIENDO SUPERADO EL MÓDULO EN LA PRIMERA CONVOCATORIA ORDINARIA, CONTINÚA ASISTIENDO A CLASE

- Cuando un alumno obtenga calificación positiva en el módulo profesional en primera convocatoria ordinaria, podrá seguir asistiendo a clase durante el período que media entre la primera convocatoria ordinaria y la segunda convocatoria ordinaria.
- Se ofrecerá a este alumnado la posibilidad de realizar actividades de ampliación y repaso para reforzar el proceso de aprendizaje.

VII- PROGRAMA FP DUAL

- A partir de la primera quincena de marzo se realizarán las prácticas en empresas enmarcadas dentro del nuevo programa de FP Dual. Este programa consiste en la realización de prácticas en empresas durante un período lectivo de 400 horas por parte de los alumnos, de los segundos cursos de ciclos formativos, tanto de grado medio como de grado superior.
- Para que el alumno pueda realizar las prácticas en empresas, es condición indispensable que haya obtenido una calificación igual o superior a 5 en todos y cada uno de los resultados de aprendizaje impartidos y evaluados hasta la fecha de comienzo de éstas. Siendo en este caso los siguientes: RA1, RA2, RA3 y RA4.
- Los RRAA dualizado son RA2, RA3, RA4 Y RA5.
- Para aquellos alumnos que no hayan podido acceder al período de práctica por no haberse cumplido lo expuesto en el párrafo anterior, se les entregará un plan individualizado donde se les indicará los RA a recuperar, así como los instrumentos necesarios para su evaluación. Durante el tercer trimestre se les continuará impartiendo clases de refuerzo en el horario habitual.
- La evaluación de los contenidos desarrollados durante las prácticas del programa de FP Dual, se evaluará mediante una rúbrica que establecerá el departamento. La calificación por parte de las empresas del desarrollo del programa será mediante la elección de los parámetros *{Superado/No Superado}*, de los diferentes resultados de aprendizaje desarrollados por el alumnado dentro de dicho programa dual.
- Esta evaluación se plasmará en el Anexo IV *{EVALUACIÓN DE LA FASE DE FORMACIÓN EN EMPRESA U ORGANISMO EQUIPARADO}*, proporcionado por la consejería de educación de la JCCM, en este documento la empresa establecerá si el alumno ha superado o no cada resultado de aprendizaje desarrollado en las prácticas duales. Además, se establece el grado de superación de cada RA con la siguiente escala:
 - 1 NO ALCANZA EL RA
 - 2 ALCANZA EL RA CON INDICACIONES
 - 3 ALCANZA EL RA DE FORMA AUTÓNOMA
 - 4 ALCANZA EL RA DE FORMA SOBRESALIENTE
- Para transformar esta calificación cualitativa a cuantitativa e integrarla con la obtenida en el centro escolar, se hará la siguiente equivalencia, establecida por la escala Likert:

CALIFICACIÓN CUALITATIVA EMITIDA EMPRESA CALIFICACIÓN CUALITATIVA

1 NO ALCANZA EL RA	ENTRE 1 Y 4
2 ALCANZA EL RA CON INDICACIONES	ENTRE 5 Y 6
3 ALCANZA EL RA DE FORMA AUTÓNOMA	ENTRE 7 Y 8
4 ALCANZA EL RA DE FORMA SOBRESALIENTE	ENTRE 9 Y 10

- El seguimiento del alumnado y del proceso de enseñanza dentro del entorno empresarial de dicho programa, será realizado por parte del profesorado asignado a ello, en este caso los tutores de los primeros cursos tanto de grado medio como de grado superior.