

**1. Identificación da programación**
**Centro educativo**

Código	Centro	Concello	Ano académico
36011579	A Guía	Vigo	2023/2024

**Ciclo formativo**

Código da familia profesional	Familia profesional	Código do ciclo formativo	Ciclo formativo	Grao	Réxime
COM	Comercio e márketing	CSCOM02	Comercio internacional	Ciclos formativos de grao superior	Réxime de proba libre

**Módulo profesional e unidades formativas de menor duración (\*)**

Código MP/UF	Nome	Curso	Sesións semanais	Horas anuais	Sesións anuais
MP0822	Sistema de información de mercados	2023/2024	0	87	0

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

**Profesorado responsable**

Profesorado asignado ao módulo	MÓNICA BARREIRA DA CUÑA, SALOMÉ TEJO FUENTES, GEMA GONZÁLEZ ROSADA (Subst.)
Outro profesorado	

Estado: Pendente de supervisión inspector

## 2. Resultados de aprendizaxe e criterios de avaliación

### 2.1. Primeira parte da proba

#### 2.1.1. Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultados de aprendizaxe do currículo
RA1 - Analiza as variables do mercado e o contorno da empresa ou da organización, con valoración da súa incidencia na actividade desta e na aplicación de diferentes estratexias comerciais
RA2 - Configura un sistema de información de márketing (SIM) para a toma de decisións comerciais, definindo as fontes de información, os procedementos e as técnicas de organización dos datos
RA3 - Deseña plans de traballo para a obtención de información definindo os obxectivos, as fontes de información, os métodos e as técnicas aplicables para a obtención dos datos e o orzamento necesario
RA4 - Determina as características e o tamaño da mostra da poboación obxecto da investigación, aplicando técnicas de mostraxe para a selección desta

#### 2.1.2. Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos resultados de aprendizaxe por parte do alumnado

Criterios de avaliación do currículo
CA1.1 Analízase a estrutura e o funcionamento dos mercados en que opera a empresa, e identifícanse as variables que inflúen neles
CA1.2 Analízase o impacto das variables do microcontorno na actividade comercial da empresa ou organización
CA1.3 Analizáronse os efectos dos factores do macrocontorno na actividade comercial da empresa
CA1.4 Identifícanse as principais organizacións e institucións económicas que regulan a actividade dos mercados ou inflúen nela
CA1.5 Analízase a incidencia dos procesos de integración económica a nivel europeo e internacional na competencia dos mercados
CA1.6 Analizáronse as necesidades do/da consumidor/ora e clasificáronse segundo a xerarquía ou a orde de prioridade na satisfacción destas
CA1.7 Identifícanse as fases do proceso de compra do/da consumidor/ora e analizáronse as variables internas e externas que inflúen nel
CA1.8 Definíronse estratexias comerciais aplicando os principais métodos de segmentación de mercados, segundo distintos criterios

<b>Criterios de avaliación do currículo</b>
CA2.1 Determináronse as necesidades de información da empresa para a toma de decisións de márketing
CA2.2 Identificáronse os datos procesados e organizados por un sistema de información de márketing
CA2.3 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
CA2.4 Clasificouse a información en función da súa natureza, da orixe ou da procedencia dos datos, e da dispoñibilidade destes
CA2.5 Caracterizáronse os subsistemas que integran un SIM, analizando as funcións, os tipos de datos e os obxectivos de cada un
CA3.8 Describíronse as vantaxes dos medios para a obtención de datos en papel (PAPI) ou con apoio de medios informáticos (CAPI, CATI e CAWI), en enquisas persoais e telefónicas, ou a través da web
CA4.1 Caracterizáronse os métodos de mostraxe probabilística e non probabilística aplicables para a selección dunha mostra representativa da poboación sobre a que se vaia investigar, analizando as súas vantaxes e os seus inconvenientes
CA4.2 Describiuse o proceso de selección da mostra aplicando diversos métodos de mostraxe aleatoria simple, sistemática, estratificada, por áreas ou conglomeradas, polietápica e por ruta aleatoria, analizando as súas vantaxes e os seus inconvenientes

## **2.2. Segunda parte da proba**

### **2.2.1. Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan**

<b>Resultados de aprendizaxe do currículo</b>
RA2 - Configura un sistema de información de márketing (SIM) para a toma de decisións comerciais, definindo as fontes de información, os procedementos e as técnicas de organización dos datos
RA3 - Deseña plans de traballo para a obtención de información definindo os obxectivos, as fontes de información, os métodos e as técnicas aplicables para a obtención dos datos e o orzamento necesario
RA4 - Determina as características e o tamaño da mostra da poboación obxecto da investigación, aplicando técnicas de mostraxe para a selección desta
RA5 - Realiza o tratamento e a análise dos datos obtidos, e elabora un informe cos resultados, aplicando técnicas estatísticas e ferramentas informáticas

**2.2.2. Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos resultados de aprendizaxe por parte do alumnado**

Criterios de avaliación do currículo
CA2.6 Clasifícanse os datos segundo a fonte de información da que procedan
CA2.7 Determinouse a necesidade de realizar unha investigación comercial identificando as fases do proceso
CA2.8 Aplicáronse técnicas adecuadas para o tratamento e a organización dos datos, co fin de transformalos en información útil para a toma de decisións da empresa ou a organización
CA2.9 Utilizáronse ferramentas informáticas para o arquivo e a incorporación da información á base de datos da empresa, para a súa actualización permanente, de xeito que se poida utilizar de maneira áxil e rápida
CA3.1 Definiuse o problema ou a oportunidade da empresa que se pretenda investigar e formuláronse os obxectivos da investigación que se vaia realizar
CA3.2 Determinouse o deseño ou o tipo de investigación que cumpra realizar (exploratoria, descritiva ou causal)
CA3.3 Elaborouse o plan de traballo, establecendo o tipo de estudo, a información que haxa que obter, as fontes de información, os instrumentos para a obtención dos datos, as técnicas de análise e o orzamento necesario
CA3.4 Identificáronse as fontes de información, primarias e secundarias, internas e externas, que poden facilitar a información, aplicando criterios de fiabilidade, representatividade e custo
CA3.5 Caracterizáronse os métodos de acceso máis habituais ás fontes de información secundaria internas e externas, motores de procura en liña, etc
CA3.6 Diferenciáronse as técnicas de obtención de información primaria cualitativa (entrevista en profundidade, dinámica de grupos, observación, etc.) e analizáronse as súas características
CA3.7 Identificáronse as técnicas de obtención de información primaria cuantitativa (enquisas, observación, experimentación, paneis, etc.) e analizáronse as súas características
CA3.9 Elaboráronse e probáronse tipos de cuestionarios para a realización de diversas modalidades de enquisas (persoais, telefónicas, por correo ou na web)
CA4.3 Analizouse o proceso de mostraxe aplicando técnicas de mostraxe non probabilística, por conveniencia, por xuízos, por cotas ou bóla de neve
CA4.4 Identificáronse as variables que inflúen no cálculo do tamaño da mostra nunha investigación comercial
CA4.5 Seleccionouse o método de mostraxe e calculouse o tamaño óptimo da mostra en función da poboación obxecto de estudo, o erro de mostraxe, o nivel de confianza desexado e o orzamento asignado
CA4.6 Elaborouse o plan de traballo de campo para a obtención de información primaria, determinando o tempo e os recursos materiais e humanos necesarios, en función do medio e a forma de enquisa que se vaia realizar (PAPI, CAPI, MCAPI, CATI, CAWI, etc)

Criterios de avaliación do currículo
CA4.7 Programouse o traballo de campo elaborando o caderno de campo e a folla de ruta de cada enquisador/ora, establecendo o número de entrevistas que haxa que realizar, a duración destas e as indicacións para a localización física e/ou selección das persoas que se vaian entrevistar
CA4.8 Simulouse a realización da enquisa, segundo as instrucións recollidas en caderno de traballo de campo, co fin de detectar posibles erros no cuestionario e establecer as oportunas medidas correctoras
CA5.1 Tabuláronse e representáronse graficamente os datos obtidos na investigación comercial de acordo coas especificacións recibidas
CA5.2 Calculáronse as medidas estatísticas básicas de tendencia central, las de dispersión de datos e as que representan a forma da distribución
CA5.3 Aplicáronse técnicas de inferencia estatística para extrapolar os resultados da mostra á totalidade da poboación, cun determinado grao de confianza e un determinado nivel de erro mostral
CA5.4 Aplicáronse medidas estatísticas básicas para a obtención de información do mercado como tendencias de mercado, cota de mercado, etc
CA5.5 Comparáronse os resultados estatísticos obtidos nun determinado estudo coas hipótese previamente formuladas nel
CA5.6 Utilizáronse follas de cálculo para o tratamento e a análise dos datos, e o cálculo das medidas estatísticas
CA5.7 Elaboráronse informes comerciais cos resultados e as conclusións obtidas da análise estatística, e a súa relación co obxecto de estudo
CA5.8 Presentáronse os datos e os resultados do estudo convenientemente organizados en forma de táboas estatísticas, e achegáronse as representacións gráficas máis axeitadas
CA5.9 Incorporáronse os datos e os resultados do estudo a unha base de datos no formato máis adecuado para a súa posterior actualización, e para facilitar a consulta e a recuperación da información con rapidez e precisión

### 3. Mínimos exixibles para alcanzar a avaliación positiva e os criterios de cualificación

Todos os elementos curriculares (resultados de aprendizaxes, criterios de avaliación e bloques de contidos asociados) deste módulo son mínimos exixibles e poden ser preguntados en calquera das partes da proba. Para obter unha avaliación positiva é preciso superar cada unha das partes con 5 puntos sobre 10 como mínimo. A cualificación final, sempre que estean aprobadas as dúas partes da proba, realizarase mediante unha media aritmética das dúas cualificacións, teórica e práctica.

O enunciado da proba conterá unha cabeceira coa información do tipo de proba (por exemplo: parte teórica proba libre) a data de realización e aquelas cuestións que se consideren precisas para un bo desenvolvemento das mesmas (normas de actuación, material a utilizar, tempo máximo de duración, etc...).

Todas as partes da proba especificarán en cada cuestión a desenvolver, a puntuación máxima que se obterá.



Primeira parte da proba. Parte teórica:

Conterá un número significativo de cuestións dos RAs correspondentes aos contidos teóricos do módulo que acredite o coñecemento dos mesmos divididos en cuestións a desenvolver e/ou cuestións tipo test:

- As cuestións a desenvolver se corrixirán seguindo un padrón de corrección onde a cualificación valorarase do seguinte xeito: pregunta completa 100% da cualificación, pregunta case completa 75% da cualificación, pregunta aceptable (mínimo) 50% da cualificación, pregunta incompleta 25% da cualificación, pregunta moi incompleta 5% da cualificación.
- As cuestións tipo test valerán cada unha 10 dividido polo número delas. As cuestións mal respondidas penalizarán e o xeito de penalización estará explicado no enunciado desta parte da proba.
- Se houberse dos dous tipos de cuestións na parte teórica da proba, ponderarían do seguinte xeito: 60% cuestións a desenvolver e 40% tipo test. Se só houberse dun tipo de cuestións primarían as cuestións a desenvolver cun 100% da cualificación segundo o resultado da corrección.

Segunda parte da proba. Parte práctica:

Conterá un número significativo de cuestións dos RAs correspondentes aos contidos prácticos do módulo que acredite o coñecemento dos mesmos divididos en exercicios prácticos de varios tipos que poden conter cálculos, casos de estudo, etc...

- Os cálculos serán corrixidos seguindo padróns de corrección e listas de cotexo onde se incluírán as secuencias dos cálculos e a súa valoración para obter o total da cualificación.
- No resto de cuestións prácticas se darán instrucións sobre os apartados a desenvolver e a cualificación de cada un deles. Serán corrixidos cunha rúbrica adaptada a cada cuestión concreta cos seguintes niveis de logro: completo/excelente 100% da cualificación do indicador de que se trate; case completo/bo 75%; aceptable (mínimo) 50% e insuficiente do 0% ao 40%.

#### 4. Características da proba e instrumentos para o seu desenvolvemento

##### 4.a) Primeira parte da proba

PROBA TEÓRICA:

Constará de 10 preguntas a desenvolver e/ou dun número significativo de cuestións tipo test sobre os contidos teóricos do módulo dos seguintes contidos teóricos do módulo:

- As variables do mercado e a contorna da empresa ou organización
- O sistema de información de marketing
- Plans de traballo para a obtención de información
- A mostra: tamaño e características
- Tratamento e análise de datos



#### 4.b) Segunda parte da proba

##### PROBA PRÁCTICA:

Consistirá na resolución de un ou varios supostos prácticos cuxos contidos versarán sobre os seguintes aspectos:

- Análise das variables do mercado e da contorna empresarial (micro e macroentorno).
- Determinar as necesidades de realizar unha investigación comercial .
- Definir o problema ou oportunidade da investigación, identificar os obxectivos propostos para a realización da investigación.
- Definir o deseño e / ou tipo de investigación que convén realizar (xustificando se cómpre levar a cabo unha investigación exploratoria, descritiva ou causal)
- Seleccionar fontes de información (primarias e secundarias, internas e externas) máis adecuadas para a resolución do problema proposto.
- Deseño e elaboración dun cuestionario cun mínimo de 15 cuestións que axude a resolución do problema proposto na investigación comercial. Empregaranse distintas categorías de preguntas (abertas, pechadas, de filtro, batería, control etc) .
- Formulación do caderno de campo e a folia de ruta para un enquisador, identificando o número de enquisas a realizar con presentación dun cronograma de traballo e a localización das entrevistas.
- Elaboración de estatísticas que se soliciten en base a uns datos dados empregando unha folia de cálculo (empregarase o programa Calc de LibreOffice)