

PROGRAMACIÓN

Ciclo Formativo de Grado Medio:
Actividades Comerciales

Perteneciente a la Familia
Profesional de:
Comercio y Marketing



ÍNDICE

1. Identificación del título.	3
2. Competencia General, profesional, personales y sociales del título. ...	5
3. Estándares de competencia incluidos en el título.	7
4. Objetivos generales del ciclo.....	8
5. Recursos didácticos.....	11
5.1 Libros de texto de los Módulos Profesionales.	11
5.2 Aplicaciones ofimáticas.....	11
6. Programación de cada módulo profesional incluido en el ciclo.....	12
6.1 Módulos profesionales.	12
6.1.1 Módulos Profesionales Optativos.....	14
7. Programa formativo de la Fase de Formación en la Empresa.....	14
7.1 Primer curso.....	14
7.2 Segundo curso	15
7.3 Criterios de asignación a empresas	18
7.4 Coordinación de los profesores –tutores	19
7.5 Calendario de alternancia.....	20
7.6 Mecanismos de intervención de alumnos que no puedan desarrollar la FFE de 1º curso.	20
7.7 Empresas colaboradoras en el ciclo Formativo	20
8. Módulo Proyecto Intermodular.....	24
9. Proyectos educativos de innovación y emprendimiento.....	25
9.1 Visita de profesionales al I.E.S.....	25
9.2 Asistencia a ferias de Empleo.....	25
9.3 Competición Nacional de Formación Profesional: Spainskills.....	26
9.4 Proyectos internacionales:	26
9.4.1 E-twinning.	26

9.4.2 Erasmus +.....	26
10. Espacios en el I.E.S.	26
10.1 Aulas del departamento de Comercio y Marketing.	27
10.2 Aula específica con escaparate exterior.	28
10.2.1 Manual de utilización.	28
11. Evaluación.....	30
11.1 Acuerdos adoptados en el departamento de Comercio y Marketing	30
11.1.1 Exámenes de recuperación extraoficiales	30
11.1.2 Criterios objetivos de mención honorífica.....	31
13. Seguimiento de programaciones	32

1. Identificación del título.

El título de Técnico en Actividades Comerciales pertenece a la familia profesional de Comercio y Marketing y queda regulado a nivel estatal por el Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece dicho título y se fijan sus enseñanzas mínimas. Este marco ha sido actualizado por el Real Decreto 499/2024, de 21 de mayo, que modifica diversos reales decretos para adaptar los títulos de Formación Profesional de grado medio a las nuevas directrices del sistema educativo.

En el ámbito autonómico, la Comunidad de Madrid regula este ciclo formativo mediante el Decreto 217/2015, de 13 de octubre, del Consejo de Gobierno, que establece el plan de estudios del título, y que ha sido recientemente modificado por el Decreto 102/2024, de 13 de noviembre, con el fin de armonizar la normativa autonómica con las reformas estatales.

Este título tiene como finalidad capacitar al alumnado para desarrollar actividades de comercialización de productos y/o servicios, gestión de espacios comerciales, atención al cliente, operaciones de compraventa y organización del

punto de venta, tanto en entornos físicos como digitales, en un contexto cada vez más dinámico y digitalizado.

Denominación	Grado Medio de Actividades Comerciales
Nivel	Grado D – Ciclo Formativo de Grado Medio
Duración	2000 horas
Familia Profesional	Comercio y Marketing
Normativa	Real Decreto 499/2024, de 21 de mayo, por el que se modifican determinados reales decretos por lo que se establecen títulos de Formación Profesional de grado medio y se fijan sus enseñanzas mínimas. Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico en Actividades Comerciales y se fijan sus enseñanzas mínimas. Decreto 102/2024, de 13 de noviembre, del Consejo de Gobierno, por el que se modifican cuarenta y un decretos por los que se establecen para la Comunidad de Madrid planes de estudios de ciclos formativos de grado medio. Decreto 217/2015, de 13 de octubre, del Consejo de Gobierno, por el que se establece para la Comunidad de Madrid el Plan de Estudios del ciclo formativo de Grado Medio correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales.

A continuación, se desarrolla la Programación Didáctica del Ciclo Formativo de Grado Medio de Actividades Comerciales, tal y como viene establecido en el artículo 67 del Decreto 21/2025, de 21 de mayo, del Consejo de Gobierno, por el que se regula la ordenación y organización del Sistema de Formación Profesional de la Comunidad de Madrid.

2. Competencia General, profesional, personales y sociales del título.

Conforme se establece en el artículo 4 del Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico en Actividades Comerciales y se fijan sus enseñanzas mínimas, la competencia general de este título consiste en desarrollar actividades de distribución y comercialización de bienes y/o servicios, y en gestionar un pequeño establecimiento comercial, aplicando las normas de calidad y seguridad establecidas y respetando la legislación vigente

Las competencias profesionales, personales y sociales de este título son las que se relacionan a continuación, recogidas en el artículo 5 del mencionado Real Decreto:

- a) Realizar proyectos de viabilidad y de puesta en marcha y ejercicio por cuenta propia de la actividad de un pequeño negocio de comercio al por menor, adquiriendo los recursos necesarios y cumpliendo con las obligaciones legales y administrativas, conforme a la normativa vigente.
- b) Administrar y gestionar un pequeño establecimiento comercial, realizando las actividades necesarias con eficacia y rentabilidad, y respetando la normativa vigente.
- c) Realizar la venta de productos y/o servicios a través de los distintos canales de comercialización, utilizando las técnicas de venta adecuadas a la tipología del cliente y a los criterios establecidos por la empresa.
- d) Organizar las operaciones del almacenaje de las mercancías en las condiciones que garanticen su conservación, mediante la optimización de medios humanos, materiales y de espacio, de acuerdo con procedimientos establecidos.
- e) Garantizar el aprovisionamiento del pequeño negocio, previendo las necesidades de compra para mantener el nivel de servicio que requiere la atención a la demanda de los clientes o consumidores.
- f) Realizar actividades de animación del punto de venta en establecimientos dedicados a la comercialización de productos y/o servicios, aplicando técnicas de merchandising, de acuerdo con los objetivos establecidos en el plan de comercialización de la empresa.
- g) Realizar acciones de comercio electrónico, manteniendo la página web de la empresa y los sistemas sociales de comunicación a través de Internet, para

cumplir con los objetivos de comercio electrónico de la empresa definidos en el plan de marketing digital.

h) Realizar la gestión comercial y administrativa del establecimiento comercial, utilizando el hardware y software apropiado para automatizar las tareas y trabajos.

i) Ejecutar las acciones de marketing definidas por la organización comercial en el plan de marketing, identificando las necesidades de productos y/o servicios de los clientes, los factores que intervienen en la fijación de precios, los canales de distribución y las técnicas de comunicación para cumplir con los objetivos fijados por la dirección comercial.

j) Ejecutar los planes de atención al cliente, gestionando un sistema de información para mantener el servicio de calidad que garantice el nivel de satisfacción de los clientes, consumidores o usuarios.

k) Realizar ventas especializadas de productos y/o servicios, adaptando el argumentario de ventas a las características peculiares de cada caso para cumplir con los objetivos comerciales definidos por la dirección comercial.

l) Gestionar en inglés las relaciones con clientes, usuarios o consumidores, realizando el seguimiento de las operaciones, para asegurar el nivel de servicio prestado.

m) Adaptarse a las nuevas situaciones laborales originadas por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos, actualizando sus conocimientos, utilizando los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación.

n) Actuar con responsabilidad y autonomía en el ámbito de su competencia, organizando y desarrollando el trabajo asignado, cooperando o trabajando en equipo con otros profesionales en el entorno de trabajo.

ñ) Resolver de forma responsable las incidencias relativas a su actividad, identificando las causas que las provocan, dentro del ámbito de su competencia y autonomía.

o) Comunicarse eficazmente, respetando la autonomía y competencia de las distintas personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.

p) Aplicar los protocolos y las medidas preventivas de riesgos laborales y protección ambiental durante el proceso productivo, para evitar daños en las personas y en el entorno laboral y ambiental.

q) Aplicar procedimientos de calidad, de accesibilidad universal y de “diseño para todos” en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.

r) Realizar la gestión básica para la creación y funcionamiento de una pequeña empresa y tener iniciativa en su actividad profesional.

s) Ejercer sus derechos y cumplir con las obligaciones derivadas de su actividad profesional, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente, participando activamente en la vida económica, social y cultural.

3. Estándares de competencia incluidos en el título.

El *Real Decreto 69/2025, de 4 de febrero*, desarrolla los elementos integrantes y los instrumentos de gestión del Sistema Nacional de Formación Profesional, y modifica el Real Decreto 375/1999, de 5 de marzo, creando el Instituto Nacional de las Cualificaciones.

Dentro del Instituto Nacional de las Cualificaciones se encuentra el [Catálogo Nacional de Estándares de Competencias Profesionales](#), que incluye aquellas referidas del título de Técnico en Actividades Comerciales, recogidas en su Nivel

2. Las características generales de las mismas son:

- Requiere conocimientos fácticos y teóricos en contextos amplios de un campo de trabajo concreto.
- Despliega competencias técnicas especializadas de cierta complejidad, no rutinarias.
- Aplica capacidades cognitivas y prácticas para utilizar información útil en el proceso en el que está involucrado, manejando instrumentos y técnicas propias.
- Gestiona con cierto grado de creatividad actividades con diferentes opciones y pocas variables de control de tipo técnico.
- Requiere supervisión en cuanto a criterios de ejecución y resultados en el trabajo, pero cuenta con un cierto grado de autonomía en la ejecución de los procesos. Esta autogestión es conforme a consignas definidas para el puesto de trabajo generalmente previsibles, pero que podrían cambiar.
- En ciertos casos, supervisa el trabajo rutinario de otras personas, asumiendo ciertas responsabilidades por lo que respecta a la evaluación y la mejora de las actividades laborales.

A continuación, se indican los estándares de competencia de dicho catálogo incluidos en el título de Técnico en Actividades Comerciales:

8. ECP0239_2 Realizar la venta de productos y/o servicios a través de los diferentes canales de comercialización
9. ECP0241_2 Ejecutar las acciones del servicio de atención al cliente/consumidor/usuario
10. ECP0240_2 Realizar las operaciones auxiliares a la venta
11. ECP0995_2 Realizar trabajo de campo en encuestas y/o entrevistas
12. ECP1015_2 Gestionar las operaciones del almacén
13. ECP0811_2 Comercializar productos inmobiliarios
14. ECP2104_2 Gestionar un pequeño comercio
15. ECP2105_2 Dinamizar el punto de venta de un pequeño comercio
16. ECP2106_2 Garantizar la capacidad de respuesta y abastecimiento del pequeño comercio

4. Objetivos generales del ciclo.

Los objetivos generales de este ciclo formativo establecidos en el artículo 9 del Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre son los siguientes:

- a) Recabar las iniciativas emprendedoras y buscar las oportunidades de creación de pequeños negocios comerciales al por menor, valorando el impacto sobre el entorno de actuación e incorporando valores éticos para realizar proyectos de viabilidad de implantación por cuenta propia de negocios comerciales al por menor.
- b) Delimitar las características y cuantía de los recursos económicos necesarios, atendiendo a las características de la tienda y de los productos ofertados para la puesta en marcha de un pequeño negocio al por menor.
- c) Analizar operaciones de compraventa y de cobro y pago, utilizando medios convencionales o electrónicos para administrar y gestionar un pequeño establecimiento comercial.
- d) Comparar y evaluar pedidos de clientes a través de los diferentes canales de comercialización, atendiendo y satisfaciendo sus necesidades de productos y/o servicios, para realizar la venta de productos y/o servicios.

- e) Identificar los procesos de seguimiento y post venta, atendiendo y resolviendo, las reclamaciones presentadas por los clientes, para realizar la venta de productos y/o servicios.
- f) Reconocer las tareas de recepción, ubicación y expedición de mercancías en el almacén, asignando medios materiales y humanos, controlando los stocks de mercancías y aplicando la normativa vigente en materia de seguridad e higiene, para organizar las operaciones del almacenaje de las mercancías.
- g) Acopiar y procesar datos de previsiones de demanda y compras a proveedores, utilizando tecnologías de la información y comunicación para garantizar el aprovisionamiento del pequeño negocio.
- h) Identificar y elegir los mejores proveedores y/o suministradores, negociando las ofertas y condiciones de suministro para realizar las compras necesarias que mantengan el nivel de servicio establecido en función de la demanda de los clientes o consumidores.
- i) Crear imagen de tienda, combinando los elementos exteriores e interiores del establecimiento comercial con criterios comerciales, para realizar actividades de animación del punto de venta en establecimientos dedicados a la comercialización de productos y/o servicios.
- j) Analizar las políticas de venta y fidelización de clientes, organizando la exposición y promoción del surtido, para realizar actividades de animación del punto de venta en establecimientos dedicados a la comercialización de productos y/o servicios.
- k) Seleccionar datos e introducirlos en la página web de la empresa, realizando su mantenimiento y buscando un buen posicionamiento, la facilidad de uso y la máxima persuasión para realizar acciones de comercio electrónico.
- l) Fomentar las interrelaciones con otros usuarios de la red, utilizando estrategias de marketing digital en las redes sociales, para realizar acciones de comercio electrónico.
- m) Reconocer las características de los programas informáticos utilizados habitualmente en el sector comercial, confeccionando documentos y materiales informáticos para realizar la gestión comercial y administrativa del establecimiento comercial.
- n) Identificar el mercado y el entorno de la empresa comercial, obteniendo y organizando la información de los agentes que intervienen en el proceso comercial y aplicando políticas de marketing apropiadas para ejecutar las acciones de marketing definidas por la organización comercial en el plan de marketing. ñ) Seleccionar acciones de información al cliente, asesorándolo con diligencia y cortesía y gestionando en su caso las quejas y reclamaciones presentadas, para ejecutar los planes de atención al cliente.

- o) Determinar las características diferenciadoras de cada subsector comercial, ofertando los productos y/o servicios mediante técnicas de marketing apropiadas para realizar ventas especializadas de productos y/o servicios.
- p) Identificar expresiones y reglas de comunicación en inglés, tanto de palabra como por escrito, para gestionar en inglés las relaciones con clientes, usuarios o consumidores.
- q) Analizar y utilizar los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación para aprender y actualizar sus conocimientos, reconociendo las posibilidades de mejora profesional y personal, para adaptarse a diferentes situaciones profesionales y laborales.
- r) Desarrollar trabajos en equipo y valorar su organización, participando con tolerancia y respeto, y tomar decisiones colectivas o individuales para actuar con responsabilidad y autonomía.
- s) Adoptar y valorar soluciones creativas ante problemas y contingencias que se presentan en el desarrollo de los procesos de trabajo, para resolver de forma responsable las incidencias de su actividad.
- t) Aplicar técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a su finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia del proceso.
- u) Analizar los riesgos ambientales y laborales asociados a la actividad profesional, relacionándolos con las causas que los producen, a fin de fundamentar las medidas preventivas que se van adoptar, y aplicar los protocolos correspondientes para evitar daños en uno mismo, en las demás personas, en el entorno y en el medio ambiente.
- v) Analizar y aplicar las técnicas necesarias para dar respuesta a la accesibilidad universal y al “diseño para todos”.
- w) Aplicar y analizar las técnicas necesarias para mejorar los procedimientos de calidad del trabajo en el proceso de aprendizaje y del sector productivo de referencia.
- x) Utilizar procedimientos relacionados con la cultura emprendedora, empresarial y de iniciativa profesional, para realizar la gestión básica de una pequeña empresa o emprender un trabajo.
- y) Reconocer sus derechos y deberes como agente activo en la sociedad, teniendo en cuenta el marco legal que regula las condiciones sociales y laborales para participar como ciudadano democrático.

5. Recursos didácticos.

En el Ciclo de Grado Medio de Actividades Comerciales se utilizan una serie de recursos didácticos indicados a continuación.

5.1 Libros de texto de los Módulos Profesionales.

Los libros de texto de los módulos profesionales utilizados en el Ciclo de Grado Medio de Actividades Comerciales son los indicados a continuación.

a) 1º Curso:

- Marketing en la Actividad comercial. ISBN: 9788448624248 Editorial McGraw Hill
- Procesos de Venta. ISBN: 978-84-486-2428-6 Editorial McGraw Hill
- Gestión de compras. ISBN:978-84-486-4204-4. Editorial McGraw Hill
- Dinamización del punto de venta. ISBN: 978-84-486-4211-2. McGraw Hill
- Aplicaciones informáticas para el comercio. ISBN: 978-84-900-3270-1.McGraw Hill

b) 2º Curso:

- Gestión del pequeño comercio. ISBN: 9788448184452. Editorial McGraw Hill
- Venta Técnica: ISBN: 978-84-481-9676-9. Editorial Mc Graw Hill
- Técnica de almacén: ISBN: 978-84-481-8419-3. Editorial Mc Graw Hill
- Servicios de atención comercial: ISBN: 9788448196806. Editorial Mc Graw Hill
- Comercio electrónico. ISBN: . Editorial Paraninfo
- Sostenibilidad aplicada al sistema productivo. ISBN: 978-84-486-4268-6. Editorial Mc Graw Hill
- Digitalización aplicada a los sectores productivos. ISBN: 978-84-486-4240-2.

5.2 Aplicaciones ofimáticas.

Se utilizan tanto aplicaciones básicas de ofimática como específicas de la especialidad de Comercio y Marketing:

- Suite de Microsoft Office (Word, Excel, Powerpoint, Acces, etc).
- Canva, Genially y otras plataformas de uso gratuito de creación de contenidos y diseño gráfico (Gimp).
- Editores de video (Filmora).
- Aplicaciones de facturación electrónica (Facturae).
- Plataformas de sedes electrónicas y otras de trámites con la Administración (firm@, cl@ve pin, cl@ve sms, etc)
- Plataformas de edición PDF (ilovepdf.com)
- Aplicaciones de correo electrónico (Gmail, Educamadrid).
- Redes sociales (Instagram, Tiktok).
- Aplicaciones de mensajería instantánea (Whatsapp, Telegram).
- Simuladores de banca virtual.
- CMS sistemas de gestión de contenido. (Wix).

6. Programación de cada módulo profesional incluido en el ciclo.

Conforme se establece en el *Decreto 102/2024, de 13 de noviembre, del Consejo de Gobierno, por el que se modifica cuarenta y un decretos por los que se establecen para la Comunidad de Madrid planes de estudios de ciclos formativos de grado medio*, los módulos profesionales del Ciclo de Grado Medio de Actividades Comerciales distribuidos entre primer y segundo curso son los indicados a continuación.

6.1 Módulos profesionales.

Módulo profesional	Curso	Horas semanales
Marketing en la Actividad Comercial	1º	5
Gestión de compras	1º	3
Dinamización del punto de venta	1º	5

Procesos de Venta	1º	5
Aplicaciones Informáticas para el comercio	1º	5
Inglés Profesional (GM)	1º	2
Itinerario personal para la empleabilidad I	1º	3
Modulo Profesional optativo	1º	2
Gestión del pequeño Comercio	2º	7
Venta Técnica	2º	4
Técnicas de almacén	2º	5
Servicios de atención comercial.	2º	3
Comercio Electrónico	2º	4
Itinerario personal para la empleabilidad II	2º	2
Modulo profesional optativo	2º	3
Digitalización aplicada a los sectores productivos (GM)	2º	1
Sostenibilidad aplicada al sistema productivo	2º	1
Proyecto intermodular	2º curso	50 horas (durante F.F.E)

Las programaciones de cada módulo profesional son desarrolladas y aprobadas por el departamento de Comercio y Marketing cada curso académico, y el alumnado tendrá acceso a ellas desde el inicio de curso.

Dichas programaciones contienen los elementos fundamentales recogidos en el artículo 67.3 del Decreto 21/2025 de 25 de mayo, del Consejo de Gobierno, por el que se regula la ordenación y organización del Sistema de Formación Profesional de la Comunidad de Madrid, entre los que se incluyen los objetivos, competencias, contenidos, resultados de aprendizaje y criterios de evaluación de cada uno de ellos.

6.1.1 Módulos Profesionales Optativos.

Los módulos optativos establecidos en el Ciclo de Grado Medio de Actividades Comerciales son:

- Introducción de gestión de compras (2 horas) para primer curso.
- Ampliación de Aplicaciones Informáticas (3 horas) para el comercio para segundo curso.

7. Programa formativo de la Fase de Formación en la Empresa.

La Fase de Formación en Empresa (F.F.E) tendrá una duración total de 500h, y se realizará en primer y segundo curso, siempre y cuando los alumnos cumplan con los requisitos de idoneidad establecidos en el Real Decreto 659/2023, de 18 de julio, por el que se desarrolla la ordenación del Sistema de Formación Profesional y haya puestos formativos disponibles.

Dicha fase cuenta con un programa formativo asociado a resultados de aprendizaje y criterios de evaluación de algún módulo profesional impartido durante primer o segundo curso.

A continuación, se indican estos programas formativos que corresponden con un 10,5% del total de resultados de aprendizaje del plan de estudios, cumpliendo con el mínimo (10%) y el máximo (20%) estipulado en la normativa.

7.1 Primer curso

En el caso de la Fase de Formación en la Empresa (F.F.E) de primer curso el programa formativo en la empresa será correspondiente a un 2,80% de los resultados de aprendizaje del plan de estudios. Para ello se ha considerado conveniente asociar a dicha fase un único módulo profesional por su gran vinculación a las funciones del alumnado en la empresa, indicado a continuación:

Módulo profesional asociado a F.F.E	Resultado de Aprendizaje (R.A)	Criterios de evaluación (C.E)
Procesos de venta	1 - Identifica el proceso de decisión de compra del consumidor y/o usuario, analizando los factores que inciden en el mismo y las tipologías de clientes.	a) Se han identificado los tipos de consumidores, diferenciando el consumidor final o particular y el industrial u organizacional. c) Se han definido y clasificado las necesidades del consumidor, teniendo en cuenta el orden que se establece a la hora de satisfacerlas.
	2- Define las funciones, conocimientos y perfil de los vendedores, analizando las necesidades de formación, motivación y remuneración del equipo de ventas.	a) Se han establecido las funciones y responsabilidades de los vendedores en la venta personal. b) Se han clasificado los vendedores en función de las características de la empresa en la que prestan servicios, el tipo de venta que realizan y la naturaleza del producto.
	5- Formaliza los contratos de compraventa y otros contratos afines, analizando las cláusulas más habituales de acuerdo con la normativa vigente.	c) Se ha cumplimentado el contrato de compraventa en el que se recogen los acuerdos entre vendedor y comprador, utilizando un procesador de textos. d) Se ha interpretado la normativa que regula el contrato de compraventa a plazos y los requisitos que se exigen para su formalización.

7.2 Segundo curso

En el caso de la Fase de Formación en la Empresa (F.F.E) de segundo curso el programa formativo en la empresa será correspondiente a un 8,41% del total de los resultados de aprendizaje del plan de estudios. También se ha

considerado conveniente asociar un único módulo profesional a dicha fase por su gran relación con las funciones del alumnado en las empresas:

Módulo profesional asociado a F.F.E	Resultado de Aprendizaje (R.A)	Criterios de evaluación (C.E)
Servicios de Atención Comercial	RA 2- Utiliza técnicas de comunicación en situaciones de atención al cliente/consumidor/ usuario, proporcionando la información solicitada.	b) Se han identificado los canales de comunicación, interna y externa, de las empresas y organizaciones. e) Se ha facilitado información a supuestos clientes, utilizando la escucha activa y prestando especial atención a la comunicación no verbal.
	RA 3- Organiza la información relativa a la relación con los clientes, aplicando técnicas de organización y archivo tanto manuales como informáticas.	d) Se han elaborado, actualizado y consultado bases de datos con la información relativa a los clientes. e) Se han manejado herramientas de gestión de las relaciones con los clientes (CRM), de acuerdo con las especificaciones recibidas.
	RA 5- Realiza trámites de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor, aplicando técnicas de comunicación y negociación para su resolución.	e) Se han aplicado técnicas de comunicación en la atención de las quejas y reclamaciones, utilizando la escucha activa, la empatía y la asertividad.
Itinerario personal para la empleabilidad II	RA 1. Planifica y pone en marcha estrategias en los diferentes procesos selectivos de empleo que le permiten mejorar sus posibilidades de inserción laboral	c) Se han valorado las actitudes y aptitudes que permiten superar procesos selectivos en el sector privado.

Itinerario personal para la empleabilidad II	RA 2. Aplica estrategias relacionadas con las competencias personales, sociales y emocionales para el empleo en búsqueda de la mejora de su empleabilidad.	b) Se ha participado activamente en el establecimiento de los objetivos del equipo y en la toma de decisiones del mismo y asumido la responsabilidad de las acciones y decisiones del grupo, participando activamente en el logro de unos objetivos compartidos cooperando con otras personas y compartiendo liderazgo.
	RA 2. Aplica estrategias relacionadas con las competencias personales, sociales y emocionales para el empleo en búsqueda de la mejora de su empleabilidad.	e) Se han aplicado estrategias para canalizar las emociones mostrando una actitud flexible en las relaciones con otras personas
Técnicas de almacén	RA 1. Planifica las tareas diarias necesarias para realizar las operaciones y flujos de mercancías del almacén, optimizando los recursos disponibles	c) Se han transmitido correctamente las órdenes y/o instrucciones de trabajo al personal correspondiente.
		f) Se han utilizado medios de comunicación y transmisión electrónicos (EDI) para la coordinación y seguimiento de mercancías en el almacén.
	RA 2. Aplica técnicas de recepción y disposición de mercancías en el almacén, controlando los tiempos de manipulación y las condiciones de almacenamiento en función de las características de la mercancía	d) Se han identificado las instrucciones de descarga y manipulación que contienen las fichas de cada mercancía, de forma que se asegure su integridad y trazabilidad.
		f) Se ha organizado la desconsolidación de la carga y el desembale de las mercancías.

	RA 3. Determina las condiciones de preparación de pedidos y la expedición de las mercancías del almacén, optimizando tiempos y recursos de acuerdo con la normativa vigente en materia de manipulación y transporte.	c) Se ha determinado el método de preparación de pedidos y/o embalaje más adecuado a las características de la mercancía y del almacén.
		g) Se han considerado las condiciones del seguro más favorables para la empresa, en el transporte de la mercancía expedida.
		h) Se ha elegido el medio transporte más adecuado para la mercancía expedida.
	RA 6. Maneja aplicaciones informáticas de gestión y organización de almacenes que mejoren el sistema de calidad.	c) Se han utilizado aplicaciones informáticas adecuadas para realizar la gestión comercial del almacén.

7.3 Criterios de asignación a empresas

Para la Fase de Formación en Empresa en el I.E.S Palomeras Vallecas se han determinado los siguientes criterios de asignación, tal y como vienen indicados en el *artículo 155 del Real Decreto 659/2023, de 18 de julio, por el que se desarrolla la ordenación del Sistema de Formación Profesional*.

Dichos criterios, mencionados a continuación, se comunicarán a los alumnos al inicio de curso para actuar con transparencia y objetividad.

1º. Rendimiento académico. Superar todos los resultados de aprendizaje de los diferentes módulos profesionales.
2º. Asistencia a actividades lectivas. No perder la evaluación continua en ningún módulo profesional, ni la superación de un número de faltas que conlleven al aviso de la cancelación de matrícula del ciclo formativo.
3º. Competencias personales asociadas al título profesional.

Adquirir las competencias personales del título, recogidas en el [apartado 2](#) de dicha programación.

4º. Capacidad de trabajo en equipo.

Trabajar en clase con diferentes grupos de personas de forma colaborativa y cooperativa sin dificultad.

5º. Capacidad para tomar decisiones.

Resolver problemas mostrando capacidad de toma de decisiones.

6º. Capacidad para innovación y creatividad.

Proponer ideas mostrando iniciativa y creatividad en el trabajo realizado.

7.4 Coordinación de los profesores –tutores

Los profesores tutores de FFE coordinarán e informarán a los alumnos sobre el proceso de FFE y la incorporación de los alumnos a las instituciones colaboradoras. Será prioritario establecer un solo calendario de realización de FFE sin turnos, siempre que sea posible. De no ser posible por falta de plazas u otros aspectos organizativos, los profesores tutores establecerán el calendario de alternancia (turnos). También informarán a los alumnos que no sean aptos para realizar la FFE, o que no puedan realizarla por cualquiera motivo sobre los mecanismos de intervención, que consistirán en clases de repaso y refuerzo.

El seguimiento de la FFE se realizará a través de visitas del profesor tutor a los centros de trabajo del alumnado. También se podrá realizar de forma telemática. Además, el profesor tutor y el tutor de empresa estarán coordinados a lo largo del curso, especialmente durante la realización de la FFE.

7.5 Calendario de alternancia

En el supuesto de que por el límite de puestos formativos en empresas haya poca disponibilidad, los alumnos de un mismo grupo podrán realizar la Fase de Formación en Empresa en diferentes turnos, que serán establecidos por el departamento de comercio y marketing.

7.6 Mecanismos de intervención de alumnos que no puedan desarrollar la FFE de 1º curso.

Los alumnos que no cumplan con los requisitos de acceso a F.F.E o no puedan realizarlas por falta de puestos formativos u otras causas sobrevenidas, deberán de acudir al centro a todas las clases lectivas para repasar, reforzar o impartir los resultados de aprendizaje y criterios de evaluación asociados a la empresa.

7.7 Empresas colaboradoras en el ciclo Formativo

A continuación, se proporciona un listado con las empresas colaboradoras con el IES Palomeras Vallecas en la realización de la Fase de Formación en Empresa de 1º y 2º curso.

- SALA Y SERRA VIVIENDA, S.L.
- KOMOREBI AI TECHNOLOGIES, S.L
- PHOLIDOTA STUDIO SL (PangoStudio)
- ENERGY VM AUTOCONSUMOS, S.L.U.
- CLAUDIA SOLER
- SUPERGIZ SALUD SL
- SOCIALPUBLI S.L
- LIS REPRESENTANTES ANTONIO MONDÉJAR RUBIO
- MEDIAFAG S.L

- GLASS & SERVICE SUMINISTROS HOSTELERIA, SL
- SENSAIDO, S.L.
- ENERGYAVM GESTIÓN DE ENERGÍA, SLU
- POPIN GROUP S.L.
- HOLA SOMOS OVAL, S.L.
- EXPENDEDURÍA COSLADA 3
- EL CORTE INGLÉS, S.A.
- GRUPO MICROSYSCOM, S.L.
- FERMALUX S.L.
- CARLOS GARCÍA TARACENA
- IBEROLEX CONSULTORÍA Y GESTIÓN, S.L.
- GABINETE DE SERVICIOS PARA LA CALIDAD SLU (GSC)
- METAFASE
- MARKETING MEDIANET ADVERTISING S.L.
- NESTRATEGIA, DISEÑO, PROGRAMACIÓN Y MARKETING ON LINE S.L.
- KANITO MARKETING GROUP S.L.
- SERVICIOS INTEGRALES SANITARIOS MADRID S.L.
- FERRETERIA VALLECANA
- MILBBY RETAIL S.L.
- IMPULSO 06 FORMACIÓN Y EDUCACIÓN, S.L.
- BRAND TO MARKET S.L.
- FLEXIBLEPLACES S.L.
- FUNDACIÓN COPADE
- UNIVERSE NAIL PRODUCTS S.L.
- JOSÉ MARÍA RUANO GARCÍA
- COMPONENTES INDUSTRIALES MASER, S.L.
- MARINA YEPES PÉREZ
- CARVAN SEGURIDAD SLU
- SATÉLITE ROVER S.A.

- HIPER ANTENA, S.A.
- PUPILLOO, S.L.
- CRUZ ROJA ESPAÑOLA EN LA COMUNIDAD DE MADRID
- ZAYIN TRADE S.L.
- MD ANDERSON INTERNACIONAL ESPAÑA SA
- PAPELERÍA MARGO, CB
- ESG SISTEMIC S.L.
- PROYECTA TECNOLOGIAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN, S.L.
- RED HELIO SL
- TIKVA SAMALI SL
- SUPERMERCADO LA OSA
- THE WHITEOFFICE COMUNICACIÓN S.L.
- IKEA IBÉRICA, S.A.
- LUSO & PRODEC ESPAÑA S.L.
- TOOLQUICK ALQUILER SL
- PUNTO FA, S.L.
- LA GARBANCITA ECOLÓGICA SOCIEDAD COOPERATIVA
- TIGER STORE SPAIN, S.L
- FARMACIA BONILLA DELGADO
- DECATHLON CITY MONTE IGUELDO
- AE STORE CONCEPT, S.L.
- VARONA DIFUSION S.L.
- MARÍA ELENA VALMALA AMOR (OVAL AGENCY)
- BREAD FREE S.L.
- PRIMARK TIENDAS SLU
- FETICO
- SPRINTER MEGACENTROS DEL DEPORTE, S.L.
- CAMPING LAGOS COTO CISNEROS S.A.
- DIRECTO AL ESCENARIO S.L.

- CREADORES DE LO INESPERADO S.L.
 - ALMAPROIN S.A.
 - CASH CONVERTERS ESPAÑA, S.L.
 - LACOSTE IBERICA S.A.
 - SEPIIA 2080 S.L.
 - PRIMERA IMPRESIÓN MARKETING SL
 - TECHNAID S.L.
 - JUNGLE COMMUNICATIONS/JOANA SERRET RYAN
 - VIAJES CATAI, S.A.
- SOLUCIONA COMUNICACIÓN GRÁFICA, S.L.

8. Módulo Proyecto Intermodular.

El Proyecto Intermodular constituye un elemento clave dentro del currículo del Ciclo Formativo de Grado Medio de Actividades Comerciales, y representa una oportunidad para que el alumnado integre, aplique y desarrolle de forma práctica los conocimientos, destrezas y competencias adquiridos a lo largo de los diferentes módulos profesionales que conforman el título.

Este proyecto, realizado de forma grupal, se concibe como una tarea de carácter globalizador, orientada a la resolución de un reto o situación profesional real o simulada, vinculada al sector del comercio. Su finalidad es fomentar un aprendizaje significativo, contextualizado y competencial, que permita al alumnado enfrentarse a situaciones similares a las de su futura actividad laboral. Para ello, se propone que el alumnado diseñe, desarrolle y justifique una iniciativa empresarial o comercial que implique la planificación, gestión y evaluación de distintas actividades propias del entorno comercial.

El Proyecto Intermodular debe estar vinculado especialmente a los módulos profesionales asociados a la competencia general del título, tales como Gestión de un pequeño comercio, Marketing en la actividad comercial, Dinamización del punto de venta, Procesos de venta, Servicios de atención comercial, Aplicaciones informáticas para el comercio, Itinerario Personal para la Empleabilidad, o Inglés, entre otros. Su desarrollo favorece el trabajo colaborativo, la creatividad, la toma de decisiones, la capacidad de resolución de problemas, el pensamiento crítico y el uso de herramientas digitales.

El proyecto podrá consistir en una de las siguientes modalidades:

a) Trabajos, individuales o en grupo de hasta un máximo de tres componentes, de investigación experimental, emprendimiento, desarrollo de procesos, estudios de viabilidad y mercadotecnia o memorias bibliográficas. En esta modalidad, la defensa del proyecto intermodular será obligatoria y se programará al final del último curso de la oferta formativa o, en la modalidad virtual, al final del curso académico en el que se determine su desarrollo.

b) Realización de retos prácticos intermodulares o intercíclicos; participación en jornadas técnicas o culturales organizadas por el centro docente;

participación en proyectos o concursos de emprendimiento; así como otras actividades complementarias o extraescolares programadas al efecto por el centro.

La realización del proyecto será en segundo curso y coincidirá con la Fase de Formación en Empresa (FFE). Además, se promoverán metodologías activas y participativas y potenciará la autonomía, la iniciativa personal y la responsabilidad del alumnado en su propio proceso de aprendizaje, siendo, en definitiva, una herramienta esencial para consolidar su preparación profesional y facilitar su inserción en el mercado laboral o su continuidad en estudios de nivel superior.

9. Proyectos educativos de innovación y emprendimiento.

9.1 Visita de profesionales al I.E.S.

A lo largo del curso y desde los distintos módulos profesionales se fomenta la visita de profesionales de distintos ámbitos como agencias de publicidad, de marketing, de representación, de periodismo... para que el alumnado pueda ampliar su visión del mundo profesional.

De igual manera, se producen visitas de profesionales de las empresas donde posteriormente el alumnado podrá realizar la FEE. Estas visitas permiten poner en contacto a los profesionales con el alumnado en momentos previos a la FEE de manera que esto sirva para ajustar las expectativas y alcanzar un mejor desempeño.

9.2 Asistencia a ferias de Empleo.

Todos los cursos se trata de facilitar la asistencia a ferias en las que el alumnado se pueda iniciar en la búsqueda activa de empleo. Estas visitas están condicionadas a las fechas de celebración de las mismas y de las jornadas de exámenes ya que suelen producirse en el mes de febrero.

También existe la posibilidad de que sean las empresas las que se desplacen al instituto como ha sido la propuesta para este curso de Zurich y Deutschebank.

9.3 Competición Nacional de Formación Profesional: Spainskills.

En el curso 2025/2026 se va a empezar a trabajar en la participación de los alumnos dentro de este tipo de competiciones.

9.4 Proyectos internacionales:

9.4.1 E-twinning.

En el curso 2024/2025 se comenzó un programa e-twinning con el colegio "La Salle" en Saint-Brieuc al que se pretende dar continuidad este curso.

9.4.2 Erasmus +.

La situación este curso es la siguiente:

Para grado básico y medio el centro está trabajando en conseguir un KA120-VET que nos permitiría crear movilidades de grupos de alumnos acompañados por profesores a otros países europeos participantes. De hecho, el IES ya recibió el año pasado a un grupo de 30 alumnos franceses y 3 profesores.

Para grado superior ya contamos con una acreditación que nos permite enviar alumnos a realizar la FEE en otro país europeo así como movilidades de profesores para dar clase o realizar actividades de observación.

10. Espacios en el I.E.S.

En el centro hay disponibles diferentes espacios que permiten el desarrollo de los diferentes módulos del ciclo formativo.

10.1 Aulas del departamento de Comercio y Marketing.

En el Anexo II del *Real Decreto 1688/2011*, se indican las aulas utilizadas para el Ciclo de Grado Medio de Actividades comerciales, estando habilitadas en el I.E.S Palomeras Vallecas de la siguiente forma y como capacitadas como indica la *Orden EFD/657/2024, de 25 de junio*, por la que se determina el currículo y se regulan determinados aspectos organizativos para los ciclos formativos de grado medio en el ámbito de gestión del Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes:

- a) Aula polivalente.
 - PCs instalados en red, con conexión a Internet para el alumnado.
 - Pc para el profesor.
 - Escáner.
 - Impresora.
 - Mobiliario de aula.
 - Cañón de proyección.
 - Pantalla de proyección.
 - Reproductor audiovisual.
 - Pizarra electrónica.
 - Dispositivos de almacenamiento de datos: memorias USB, discos duros portátiles, CD y DVD. Licencias de sistema operativo.
 - Licencia de uso de aplicaciones informáticas generales: procesador de textos, hoja de cálculo, base de datos, presentaciones, correo electrónico, retoque fotográfico, cortafuegos, antivirus, compresores y edición de páginas web.
 - Software básico de informática y específico del ciclo

- b) Aula técnica de comercio y marketing.
 - Ordenador del profesor, integrado en la red y con conexión a Internet.
 - Cañón de proyección.
 - Pizarra electrónica.
 - Licencias de sistema operativo.
 - Software básico de informática y específico del ciclo.
 - Dispositivos electrónicos de almacenamiento de datos: memorias USB, discos duros portátiles, CD y DVD.
 - Impresora multifunción en red.
 - Terminal de punto de venta (TPV).

10.2 Aula específica con escaparate exterior.

Escaparate fabricado de obra de medidas mínimas de 3 m. de largo por 1,20 m. de ancho por 2,20 m. de alto con una ubicación exterior con cristal de seguridad.

Dicho escaparate cuenta con:

- Circuito eléctrico para la instalación de iluminación de escaparate.
- Focos de iluminación de escaparates: verticales, de suelo y de techo.
- Maniquíes completos (hombre y mujer) con accesorios como pelucas, ropa y complementos, entre otros.
- Bustos completos (hombre y mujer).
- Caja de herramientas con el material de ferretería necesario para el montaje de escaparates, incluyendo martillo, grapadora, alicates, destornilladores, taladro y atornillador eléctrico, entre otros. Sierra térmica cortadora de material tipo poliespán.
- Estanterías y mobiliario de boutique o tienda de moda.
- Mostrador con terminal de punto de venta (TPV).
- Terminal de punto de venta (TPV), con accesorios tales como impresora de tickets, lector de código de barras, cajón registrador, visor para clientes y monitor táctil.
- Vitrina de exposición para pequeños productos, tipo regalo y móviles, entre otros.

10.2.1 Manual de utilización.

El aula específica con escaparate exterior es un espacio didáctico diseñado para simular un entorno comercial real, permitiendo al alumnado aplicar de forma práctica los conocimientos adquiridos en los módulos relacionados con el punto de venta, la promoción de productos, el merchandising y la atención al cliente.

Este espacio cuenta como herramienta de aprendizaje activo y exposición real de trabajos del alumnado.

Normas de uso:

- Acceso: El aula está disponible para el profesorado de los módulos implicados, previa coordinación a través del departamento.
- Montajes: Los escaparates se renuevan periódicamente como parte de las actividades programadas, fomentando la rotación temática y la participación de todos los grupos.
- Materiales: El alumnado podrá utilizar materiales aportados por el centro o reciclados de prácticas anteriores. También se permite traer artículos propios, siempre con autorización del profesorado.
- Responsabilidad: Al finalizar cada sesión, el aula debe quedar ordenada y limpia. El alumnado será responsable del uso adecuado del mobiliario, equipos y productos.
- Evaluación: Las actividades desarrolladas en este espacio podrán ser objeto de evaluación dentro de los módulos correspondientes, valorando aspectos como la creatividad, la planificación, la ejecución técnica y la presentación final.
- Seguridad: Se debe cumplir con las normas de seguridad e higiene. El profesorado supervisará las instalaciones eléctricas y el montaje de estructuras.

Este aula constituye un recurso clave para el aprendizaje significativo y experiencial, permitiendo al alumnado enfrentarse a situaciones reales del entorno comercial y desarrollar sus competencias técnicas, comunicativas y creativas.

11. Evaluación.

Conforme viene establecido en el *Decreto 27/2025 de 21 de mayo* , artículo 48, los alumnos contarán con dos convocatorias anuales (ordinaria y extraordinaria) para superar cada módulo profesional.

Los alumnos matriculados en el primer curso promocionarán al segundo curso cuando superen la totalidad de los módulos profesionales incluidos en el primer curso del plan de estudios correspondiente. Asimismo, un alumno también podrá promocionar al segundo curso cuando tenga pendientes uno o varios módulos profesionales que, en conjunto, tengan asignada una carga lectiva semanal que no exceda de nueve horas lectivas.

Los alumnos podrán solicitar la renuncia a la convocatoria de uno o más módulos profesionales, así como también podrán solicitar la anulación de matrícula.

Aquellas personas que hayan agotado las convocatorias previstas por motivos de enfermedad, discapacidad u otras razones que hubieran condicionado o impedido el seguimiento o aprovechamiento ordinario, podrán solicitar una convocatoria extraordinaria.

11.1 Acuerdos adoptados en el departamento de Comercio y Marketing

Dentro del departamento de Comercio y Marketing se han adoptado una serie de acuerdos que influyen en la evaluación y calificación de los alumnos, siendo comunicado a los mismos desde inicio de curso.

11.1.1 Exámenes de recuperación extraoficiales

Teniendo en consideración lo anterior, en el departamento de Comercio y Marketing se ha decidido que:

- Habrá en los módulos del grado básico
- No habrá en los módulos del grado medio ni en los del grado superior.

11.1.2 Criterios objetivos de mención honorífica

De conformidad con el artículo 50 del Decreto 27/2025, de 21 de Mayo, se podrá otorgar al alumnado que obtenga la calificación de 10 en el módulo profesional una "Mención honorífica" que se calificará con la expresión "10-mh" siempre que el resultado obtenido sea consecuencia de un excelente aprovechamiento académico unido a un esfuerzo e interés por el módulo especialmente destacables.

Las menciones honoríficas serán otorgadas por el profesor que imparta el módulo profesional correspondiente. El número de menciones honoríficas que se podrán conceder será como máximo igual al 10 por 100 de los alumnos matriculados en el módulo profesional en cada grupo.

Para ello, esta programación didáctica recoge de forma expresa los criterios objetivos que den lugar a esta calificación en evaluación:

- No haber incurrido en alguna falta leve, grave o muy grave conforme al Plan de convivencia del centro.
- No haber perdido el derecho a la evaluación continua en el módulo profesional.
- Haber entregado todas las actividades y trabajos correspondientes a los criterios de evaluación de carácter prácticos de cada resultado de aprendizaje.
- Obtener una calificación mínima de 9 puntos en cada uno de los resultados de aprendizaje que forman el módulo.
- La nota media ponderada del total de resultados de aprendizaje sea 9,5 puntos.
- En caso de empate entre varios alumnos/as, se le otorgará al que más se aproxime a la puntuación de 10 puntos.

12. Actividades extraescolares.

A lo largo del curso el alumnado podrá realizar distintas actividades extraescolares relacionadas con el marketing, la comunicación o la publicidad.

De igual manera, se podrán realizar otras actividades propuestas por otros departamentos como el de FOL o inglés que puedan resultar adecuadas para el alumnado.

La asistencia a estas actividades y sus fechas dependerá de su compatibilidad con el calendario escolar y de exámenes.

13. Seguimiento de programaciones

Mensualmente se realizará un seguimiento de las programaciones didácticas, en reunión de departamento, para comprobar que avanzan de acuerdo con lo programado para los periodos de docencia en el Centro. Si hubiese incidencias y acuerdos alcanzados al respecto, como medidas correctoras, deben quedar reflejados en el acta de la reunión. En paralelo, los profesores cumplimentarán de forma acumulada, mes a mes, la ficha de seguimiento para cada uno de los módulos que imparten, y la alojarán en la sección correspondiente del aula virtual del departamento de química, al finalizar cada mes (ver modelo adjunto). Podrá hacerse de forma bimensual en caso de que por periodos vacacionales u otras circunstancias, no se imparta clase durante meses completos. O si por circunstancias sobrevenidas (bajas, ausencia del profesor, otros) así se decide en reunión de departamento.

SEGUIMIENTO DE PROGRAMACIONES CURSO 2025/2026

CICLO FORMATIVO:

CURSO:

MÓDULO:

PROFESOR@:

MES	UNIDADES DE TRABAJO DESARROLLADAS	ACTIVIDADES PRÁCTICAS REALIZADAS	¿SE CUMPLE LO PROGRAMADO? Responder SI/NO y caso de ser “NO” las medidas correctoras a aplicar
SEPTIEMBRE			
OCTUBRE			
NOVIEMBRE			
DICIEMBRE			
ENERO			
FEBRERO			
MARZO			
ABRIL			
MAYO			

