Catálogo de Especialidades Formativas

PROGRAMA FORMATIVO

FACTORES DE ORGANIZACIÓN EN PEQUEÑO ESTABLECIMIENTO COMERCIAL

Versión 1

Septiembre 2025

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL
SERVICIO PÚBLICO DE EMPLEO ESTATAL
SEPE

SISTEMA NACIONAL DE EMPLEO

IDENTIFICACIÓN DE LA ESPECIALIDAD Y PARÁMETROS DEL CONTEXTO FORMATIVO

Denominación de la especialidad:	FACTORES DE ORGANIZACIÓN EN PEQUEÑO ESTABLECIMIENTO COMERCIAL
Familia Profesional:	COMERCIO Y MARKETING
Área Profesional:	COMPRAVENTA
Código:	COMT0104
Nivel de cualificación profesional:	1

Objetivo general

Organizar y optimizar la venta de un pequeño comercio, profundizando en las áreas de imagen comercial, cliente, compras, precios, recursos humanos y rentabilidad.

Relación de módulos de formación

Módulo 1	Diseño de la imagen comercial del pequeño establecimiento	35 horas
Módulo 2	Atención a la clientela en el pequeño establecimiento comercial	35 horas
Módulo 3	Gestión de compras en el pequeño establecimiento comercial	35 horas
Módulo 4	Estrategias de precios en pequeños establecimientos comerciales	35 horas
Módulo 5	Gestión de personas en pequeños establecimientos comerciales	35 horas
Módulo 6	Rentabilidad y finanzas del pequeño establecimiento comercial	35 horas

Modalidades de impartición

Presencial
Teleformación

Duración de la formación

Duración total en cualquier modalidad de impartición	210 horas
Teleformación	Duración total de las tutorías presenciales: 0 horas

Requisitos de acceso del alumnado

No se exige ningún requisito para acceder a la formación, aunque se han de poseer las habilidades de la comunicación lingüistica suficientes que permitan cursar con aprovechamiento la formación.

Modalidad de teleformación	Además de lo indicado anteriormente, los participantes han de tener las destrezas suficientes para ser usuarios de la plataforma virtual en la que se apoya la acción formativa.

Prescripciones de formadores y tutores

Acreditación requerida	Cumplir como mínimo alguno de los siguientes requisitos: - Licenciado, Ingeniero, Arquitecto o Título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes, preferiblemente, en el ámbito de conocimiento de ciencias económicas, administración y dirección de empresas, marketing, comercio, contabilidad o turismo. - Diplomado, Ingeniero Técnico, Arquitecto Técnico o el Título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes, preferiblemente, en el ámbito de conocimiento de ciencias económicas, administración y dirección de empresas, marketing, comercio, contabilidad o turismo. - Técnico o Técnico Superior, preferiblemente, de la familia profesional de comercio y marketing. - Certificados de profesionalidad de nivel 2 o 3, preferiblemente, de la familia profesional de comercio y marketing.
Experiencia profesional mínima requerida	Se requiere 1 año en el ámbito de Compraventa, en caso de disponer de formación.Se requieren 3 años en el ámbito de Compraventa, en caso de no disponer de formación.
Competencia docente	Se requiere cumplir como mínimo con alguno de los siguientes requisitos: - Experiencia docente acreditable de, al menos, 150 horas, en los últimos 2 años, relacionada con la Familia Profesional de Comercio y Marketing. - Seis meses de experiencia docente en el sector o en su defecto, aportar una de las siguientes titulaciones: Máster del profesorado, Certificado de Aptitud Pedagógica (CAP), Certificado Profesional de Docencia de la Formación Profesional para el Empleo SSCE0110. - Titulaciones universitarias de Psicología/Pedagogía o Psicopedagogía, Máster universitario de Formación de formadores u otras acreditaciones oficiales equivalentes.
Modalidad de teleformación	Además de cumplir con las prescripciones establecidas anteriormente, los tutores-formadores deben acreditar una formación, de al menos 30 horas, o experiencia, de al menos 60 horas, en esta modalidad y en la utilización de las tecnologías de la información y comunicación.

Requisitos mínimos de espacios, instalaciones y equipamientos

Espacios formativos	Superficie m² para 15 participantes	Incremento Superficie/ participante (Máximo 30 participantes)
Aula de gestión	45.0 m²	2.4 m² / participante

Espacio formativo	Equipamiento
Aula de gestión	- Mesa y silla para el formador - Mesas y sillas para el alumnado - Material de aula - Pizarra - PC instalado en red con posibilidad de impresión de documentos, cañón con proyección e Internet para el formador - PCs instalados en red e Internet con posibilidad de impresión para los participantes - Software específico para el aprendizaje de cada acción formativa. - Sistemas de inventarios para negocios: Holded, Odoo Inventory, Factusol, ABC Inventory, entre otros.

La superficie de los espacios e instalaciones estarán en función de su tipología y del número de participantes. Tendrán como mínimo los metros cuadrados que se indican para 15 participantes y el equipamiento suficiente para los mismos.

En el caso de que aumente el número de participantes, hasta un máximo de 30, la superficie de las aulas se incrementará proporcionalmente (según se indica en la tabla en lo relativo a m²/participante) y el equipamiento estará en consonancia con dicho aumento.

No debe interpretarse que los diversos espacios formativos identificados deban diferenciarse necesariamente mediante cerramientos.

Las instalaciones y equipamientos deberán cumplir con la normativa industrial e higiénico-sanitaria correspondiente y responderán a medidas de accesibilidad y seguridad de los participantes.

En el caso de que la formación se dirija a personas con discapacidad se realizarán las adaptaciones y los ajustes razonables para asegurar su participación en condiciones de igualdad.

Aula virtual

Características
• La impartición de la formación mediante aula virtual se ha de estructurar y organizar de forma que se garantice en todo momento que exista conectividad sincronizada entre las personas formadoras y el alumnado participante así como bidireccionalidad en las comunicaciones. • Se deberá contar con un registro de conexiones generado por la aplicación del aula virtual en que se identifique, para cada acción formativa desarrollada a través de este medio, las personas participantes en el aula, así como sus fechas y tiempos de conexión.

Para impartir la formación en **modalidad de teleformación**, se ha de disponer del siguiente equipamiento.

Plataforma de teleformación

La plataforma de teleformación que se utilice para impartir acciones formativas deberá alojar el material virtual de aprendizaje correspondiente, poseer capacidad suficiente para desarrollar el proceso de aprendizaje y gestionar y garantizar la formación del alumnado, permitiendo la interactividad y el trabajo cooperativo, y reunir los siguientes requisitos técnicos de infraestructura, software y servicios:

- **Infraestructura:**

  Tener un rendimiento, entendido como número de alumnos que soporte la plataforma, velocidad de respuesta del servidor a los usuarios, y tiempo de carga de las páginas Web o de descarga de archivos, que permita:

  a) Soportar un número de alumnos equivalente al número total de participantes en las acciones formativas de formación profesional para el empleo que esté impartiendo el centro o entidad de formación, garantizando un hospedaje mínimo igual al total del alumnado de dichas acciones, considerando que el número máximo de alumnos por tutor es de 80 y un número de usuarios concurrentes del 40% de ese alumnado.
  b) Disponer de la capacidad de transferencia necesaria para que no se produzca efecto retardo en la comunicación audiovisual en tiempo real, debiendo tener el servidor en el que se aloja la plataforma un ancho de banda mínimo de 300 Mbs, suficiente en bajada y subida.

  Estar en funcionamiento 24 horas al día, los 7 días de la semana.

- **Software:**

- Compatibilidad con el estándar SCORM y paquetes de contenidos IMS.
- Niveles de accesibilidad e interactividad de los contenidos disponibles mediante tecnologías web que como mínimo cumplan las prioridades 1 y 2 de la Norma UNE 139803:2012 o posteriores actualizaciones, según lo estipulado en el capítulo III del Real Decreto 1494/2007, de 12 de noviembre.
- El servidor de la plataforma de teleformación ha de cumplir con los requisitos establecidos en la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales, por lo que el responsable de dicha plataforma ha de identificar la localización física del servidor y el cumplimento de lo establecido sobre transferencias internacionales de datos en los artículos 40 a 43 de la citada Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, así como, en lo que resulte de aplicación, en el Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas respecto del tratamiento de datos personales y la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE.
- Compatibilidad tecnológica y posibilidades de integración con cualquier sistema operativo, base de datos, navegador de Internet de los más usuales o servidor web, debiendo ser posible utilizar las funciones de la plataforma con complementos (plug-in) y visualizadores compatibles. Si se requiriese la instalación adicional de algún soporte para funcionalidades avanzadas, la plataforma debe facilitar el acceso al mismo sin coste.
- Disponibilidad del servicio web de seguimiento (operativo y en funcionamiento) de las acciones formativas impartidas, conforme al modelo de datos y protocolo de transmisión establecidos en el anexo V de la Orden/TMS/369/2019, de 28 de marzo.

- **Servicios y soporte:**

- Sustentar el material virtual de aprendizaje de la especialidad formativa que a través de ella se imparta.

- Disponibilidad de un servicio de atención a usuarios que de soporte técnico y mantenga la infraestructura tecnológica y que, de forma estructurada y centralizada, atienda y resuelva las consultas e incidencias técnicas del alumnado. Las formas de establecer contacto con este servicio, que serán mediante teléfono y mensajería electrónica, tienen que estar disponibles para el alumnado desde el inicio hasta la finalización de la acción formativa, manteniendo un horario de funcionamiento de mañana y de tarde y un tiempo de demora en la respuesta no superior a 48 horas laborables.
- Personalización con la imagen institucional de la administración laboral correspondiente, con las pautas de imagen corporativa que se establezcan.

  Con el objeto de gestionar, administrar, organizar, diseñar, impartir y evaluar acciones formativas a través de Internet, la plataforma de teleformación integrará las herramientas y recursos necesarios a tal fin, disponiendo, específicamente, de herramientas de:

  - Comunicación, que permitan que cada alumno pueda interaccionar a través del navegador con el tutor-formador, el sistema y con los demás alumnos. Esta comunicación electrónica ha de llevarse a cabo mediante herramientas de comunicación síncronas (aula virtual, chat, pizarra electrónica) y asíncronas (correo electrónico, foro, calendario, tablón de anuncios, avisos). Será obligatorio que cada acción formativa en modalidad de teleformación disponga, como mínimo, de un servicio de mensajería, un foro y un chat.
  - Colaboración, que permitan tanto el trabajo cooperativo entre los miembros de un grupo, como la gestión de grupos. Mediante tales herramientas ha de ser posible realizar operaciones de alta, modificación o borrado de grupos de alumnos, así como creación de «escenarios virtuales» para el trabajo cooperativo de los miembros de un grupo (directorios o «carpetas» para el intercambio de archivos, herramientas para la publicación de los contenidos, y foros o chats privados para los miembros de cada grupo).
  - Administración, que permitan la gestión de usuarios (altas, modificaciones, borrado, gestión de la lista de clase, definición, asignación y gestión de permisos, perfiles y roles, autenticación y asignación de niveles de seguridad) y la gestión de acciones formativas.
  - Gestión de contenidos, que posibiliten el almacenamiento y la gestión de archivos (visualizar archivos, organizarlos en carpetas –directorios- y subcarpetas, copiar, pegar, eliminar, comprimir, descargar o cargar archivos), la publicación organizada y selectiva de los contenidos de dichos archivos, y la creación de contenidos.
  - Evaluación y control del progreso del alumnado, que permitan la creación, edición y realización de pruebas de evaluación y autoevaluación y de actividades y trabajos evaluables, su autocorrección o su corrección (con retroalimentación), su calificación, la asignación de puntuaciones y la ponderación de las mismas, el registro personalizado y la publicación de calificaciones, la visualización de información estadística sobre los resultados y el progreso de cada alumno y la obtención de informes de seguimiento.

Material virtual de aprendizaje:

El material virtual de aprendizaje para el alumnado mediante el que se imparta la formación se concretará en el curso completo en formato multimedia (que mantenga una estructura y funcionalidad homogénea), debiendo ajustarse a todos los elementos de la programación (objetivos y resultados de aprendizaje) de este programa formativo que figura en el Catálogo de Especialidades Formativas y cuyo contenido cumpla estos requisitos:

- Como mínimo, ser el establecido en el citado programa formativo del Catálogo de Especialidades Formativas.

- Estar referido tanto a los objetivos como a los conocimientos/ capacidades cognitivas y prácticas, y habilidades de gestión, personales y sociales, de manera que en su conjunto permitan conseguir los resultados de aprendizaje previstos.
- Organizarse a través de índices, mapas, tablas de contenido, esquemas, epígrafes o titulares de fácil discriminación y secuenciase pedagógicamente de tal manera que permiten su comprensión y retención.
- No ser meramente informativos, promoviendo su aplicación práctica a través de actividades de aprendizaje (autoevaluables o valoradas por el tutor-formador) relevantes para la adquisición de competencias, que sirvan para verificar el progreso del aprendizaje del alumnado, hacer un seguimiento de sus dificultades de aprendizaje y prestarle el apoyo adecuado.
- No ser exclusivamente textuales, incluyendo variados recursos (necesarios y relevantes), tanto estáticos como interactivos (imágenes, gráficos, audio, video, animaciones, enlaces, simulaciones, artículos, foro, chat, etc.). de forma periódica.
- Poder ser ampliados o complementados mediante diferentes recursos adicionales a los que el alumnado pueda acceder y consultar a voluntad.
- Dar lugar a resúmenes o síntesis y a glosarios que identifiquen y definan los términos o vocablos básicos, relevantes o claves para la comprensión de los aprendizajes.
- Evaluar su adquisición durante y a la finalización de la acción formativa a través de actividades de evaluación (ejercicios, preguntas, trabajos, problemas, casos, pruebas, etc.), que permitan medir el rendimiento o desempeño del alumnado.

Ocupaciones y puestos de trabajo relacionados

- 14321030 GERENTES DE EMPRESA DE COMERCIO AL POR MENOR CON MENOS DE 10 ASALARIADOS
- 52101034 ENCARGADOS DE TIENDA
- 5220 VENDEDORES EN TIENDAS Y ALMACENES
- 52201079 DEPENDIENTES DE COMERCIO, EN GENERAL
- 53001012 COMERCIANTES PROPIETARIOS DE TIENDAS

Requisitos oficiales de las entidades o centros de formación

Estar inscrito en el Registro de entidades de formación (Servicios Públicos de Empleo).

Centro Móvil

Es posible impartir esta especialidad en centro móvil.

MÓDULO DE FORMACIÓN 1: Diseño de la imagen comercial del pequeño establecimiento

OBJETIVO

Crear y mantener una imagen comercial atractiva y coherente con la identidad del pequeño comercio.

DURACIÓN EN CUALQUIER MODALIDAD DE IMPARTICIÓN: 35 horas

Teleformación: Duración de las tutorías presenciales: 0 horas

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos / Capacidades cognitivas y prácticas

- Diseño de la imagen comercial en el pequeño establecimiento comercial
  - Elementos de la imagen comercial
  - Diseño de escaparates
  - Señalización y rotulación
- Formulación y aplicación de técnicas de marketing visual en el pequeño establecimiento comercial
  - Técnicas de merchandising
  - Iluminación y colores
  - Distribución del espacio
- Elección y confección de la identidad corporativa del pequeño establecimiento comercial
  - Creación de logotipos y eslóganes
  - Uniformidad en la presentación
  - Materiales promocionales
- Definición y aplicación de criterios de sostenibilidad en la imagen comercial del pequeño establecimiento
  - Uso de materiales sostenibles
  - Eficiencia energética en la iluminación
  - Estrategias de marketing verde

Habilidades de gestión, personales y sociales

- Coordinación para diseñar y mantener una imagen comercial coherente y atractiva.
- Predisposición para crear escaparates y materiales promocionales visualmente atractivos.
- Preferencia por el uso de técnicas de merchandising y distribución del espacio.
- Disposición y actitud hacia la aplicación de prácticas sostenibles en la imagen comercial, como la eficiencia energética y el uso de materiales reutilizados, reciclados o reciclables.

MÓDULO DE FORMACIÓN 2:	Atención a la clientela en el pequeño establecimiento comercial

OBJETIVO

Realizar una buena atención y fidelización de la clientela del pequeño establecimiento comercial.

DURACIÓN EN CUALQUIER MODALIDAD DE IMPARTICIÓN: 35 horas

Teleformación: Duración de las tutorías presenciales: 0 horas

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos / Capacidades cognitivas y prácticas

- Identificación y aplicación de estrategias y técnicas de comunicación efectiva en el pequeño establecimiento comercial
    - Técnicas de comunicación verbal y no verbal
    - Escucha activa
    - Resolución de conflictos
- Diseño y aplicación de programas de fidelización de la clientela en el pequeño establecimiento comercial
    - Programas de fidelización
    - Atención posventa
    - Gestión de quejas y reclamaciones
- Análisis y conocimiento de la clientela del pequeño establecimiento comercial
    - Segmentación de clientes
    - Análisis de comportamiento de compra
    - Personalización de la oferta
- Diseño y formulación de estrategias de atención a la clientela sostenible
    - Promoción de productos ecológicos
    - Comunicación de prácticas sostenibles
    - Acciones para la sensibilización de la clientela del pequeño establecimiento sobre sostenibilidad

Habilidades de gestión, personales y sociales

- Mejora en las técnicas de comunicación verbal y no verbal, y en la escucha activa.
- Desarrollo de estrategias para mantener y mejorar la relación con la clientela.
- Asimilación de técnicas para gestionar quejas y reclamaciones de manera efectiva.
- Adquisición de capacidades para educar y comunicar a la clientela sobre productos y prácticas sostenibles.

MÓDULO DE FORMACIÓN 3:	Gestión de compras en el pequeño establecimiento comercial

OBJETIVO

Optimizar la gestión de compras para asegurar la disponibilidad y la calidad de los productos del pequeño establecimiento comercial.

DURACIÓN EN CUALQUIER MODALIDAD DE IMPARTICIÓN: 35 horas

Teleformación: Duración de las tutorías presenciales: 0 horas

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos / Capacidades cognitivas y prácticas

- Planificación de compras en el pequeño establecimiento comercial
    - Análisis de necesidades
    - Selección de proveedores
    - Negociación de condiciones
- Gestión efectiva de inventarios
    - Técnicas de rotación de stock
    - Rotación de productos
    - Sistemas de inventarios
- Identificación, análisis y evaluación de empresas proveedoras en el pequeño establecimiento comercial
    - Criterios de selección
    - Evaluación del desempeño
    - Relaciones a largo plazo
- Identificación y selección de compras sostenibles en el pequeño establecimiento comercial
    - Selección de empresas proveedoras sostenibles
    - Productos ecológicos del comercio justo
    - Reducción de mermas, desperdicios y residuos

Habilidades de gestión, personales y sociales

- Interés por la planificación y gestión las compras de manera eficiente.
- Integración de técnicas de control y rotación de stock.
- Atención en la selección de proveedores adecuados.
- Disposición y actitud hacia la implementación de criterios de sostenibilidad en la selección de proveedores y productos.

MÓDULO DE FORMACIÓN 4:	Estrategias de precios en pequeños establecimientos comerciales

OBJETIVO

Crear estrategias de precios que maximicen la rentabilidad y la competitividad del pequeño establecimiento comercial.

DURACIÓN EN CUALQUIER MODALIDAD DE IMPARTICIÓN: 35 horas

Teleformación: Duración de las tutorías presenciales: 0 horas

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos / Capacidades cognitivas y prácticas

- Diseño y aplicación de estrategias de formación de precios
    - Métodos de fijación de precios
    - Análisis de costes
    - Estrategias de precios
- Formulación y aplicación de políticas de descuentos
    - Tipos de descuentos
    - Promociones y ofertas
    - Impacto en la rentabilidad
- Identificación y análisis de la competencia
    - Estudio de precios de la competencia
    - Posicionamiento de precios
    - Diferenciación por valor
- Elección y aplicación de estrategias de precios en un entorno sostenible
    - Costos de productos sostenibles
    - Comunicación del valor sostenible
    - Estrategias de precios verdes

Habilidades de gestión, personales y sociales

- Compromiso para establecer precios basados en análisis de costos y estrategias de mercado.
- Responsabilidad para estudiar y comparar precios de la competencia.
- Valoración de la creación y gestión de descuentos y promociones.
- Desarrollo de estrategias de precios que reflejen el valor de productos sostenibles.

MÓDULO DE FORMACIÓN 5:	Gestión de personas en pequeños establecimientos comerciales

OBJETIVO

Gestionar las personas en pequeños establecimientos comerciales, para aumentar la eficiencia y la satisfacción del personal.

DURACIÓN EN CUALQUIER MODALIDAD DE IMPARTICIÓN: 35 horas

Teleformación: Duración de las tutorías presenciales: 0 horas

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos / Capacidades cognitivas y prácticas

- Diseño y aplicación de estrategias de selección y contratación de personas en pequeños establecimientos comerciales
    - Proceso de selección
    - Entrevistas y pruebas de selección
    - Contratación y acogida
- Formulación y aplicación de planes de formación y desarrollo de competencias en pequeños establecimientos comerciales
    - Planes de formación
    - Diseño y desarrollo de competencias
    - Evaluación del desempeño
- Definición de técnicas de motivación y liderazgo en pequeños establecimientos comerciales
    - Técnicas de motivación
    - Estilos de liderazgo
    - Gestión de equipos
- Elección y aplicación de estrategias para unos recursos humanos sostenibles en pequeños establecimientos comerciales
    - Políticas de igualdad y diversidad
    - Bienestar y salud laboral
    - Responsabilidad Social Corporativa (RSC)

Habilidades de gestión, personales y sociales

- Disposición para llevar a cabo procesos efectivos de contratación y selección en el pequeño comercio.
- Valoración positiva de la formación como técnica para el desarrollo de capacidades y habilidades del personal.
- Valoración de la importancia de motivar y liderar equipos de trabajo.
- Disposición y actitud hacia la implementación de políticas de igualdad, diversidad y bienestar y salud laboral.

MÓDULO DE FORMACIÓN 6:	Rentabilidad y finanzas del pequeño establecimiento comercial

OBJETIVO

Gestionar las finanzas del pequeño comercio para asegurar su rentabilidad y sostenibilidad.

DURACIÓN EN CUALQUIER MODALIDAD DE IMPARTICIÓN: 35 horas

Teleformación: Duración de las tutorías presenciales: 0 horas

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos / Capacidades cognitivas y prácticas

- Análisis financiero del pequeño establecimiento comercial
    - Estados financieros
    - Indicadores de rentabilidad
    - Análisis de costes
- Gestión de tesorería del pequeño establecimiento comercial
    - Flujo de caja
    - Gestión de cobros y pagos
    - Modelos, sistemas y métodos de financiación
- Planificación financiera del pequeño establecimiento comercial
    - Presupuestos
    - Planes de negocio
    - Estrategias de crecimiento sostenibles
- Diseño y gestión de finanzas sostenibles en el pequeño establecimiento comercial
    - Inversiones en sostenibilidad
    - Reducción de costes energéticos
    - Impacto financiero de prácticas sostenibles

Habilidades de gestión, personales y sociales

- Asimilación de técnicas para interpretar estados financieros y analizar la rentabilidad.
- Integración de competencia en la gestión del flujo de caja y la financiación.
- Atención en la elaboración de presupuestos y planes de negocio.
- Disposición y actitud hacia la implementación de prácticas financieras sostenibles y hacia la reducción de costos energéticos.

ORIENTACIONES METODOLÓGICAS

Se recomienda tener en consideración la aplicación de metodologías activas y el acceso a recursos didácticos:- Guías interactivas y vídeos explicativos: sobre técnicas de atención a la clientela, marketing digital y estrategias de sostenibilidad en pequeños negocios.- Casos de estudio sobre planificación de compras, gestión de inventarios y fijación de precios en pequeños establecimientos.- Aprendizaje basado en proyectos, para el desarrollo de un plan financiero y de marketing visual aplicable a un comercio, integrando estrategias de merchandising y posicionamiento.

EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE EN LA ACCIÓN FORMATIVA

- La evaluación tendrá un carácter teórico-práctico y se realizará de forma sistemática y continua, durante el desarrollo de cada módulo y al final del curso.
- Puede incluir una evaluación inicial de carácter diagnóstico para detectar el nivel de partida del alumnado.
- La evaluación se llevará a cabo mediante los métodos e instrumentos más adecuados para comprobar los distintos resultados de aprendizaje, y que garanticen la fiabilidad y validez de la misma.
- Cada instrumento de evaluación se acompañará de su correspondiente sistema de corrección y puntuación en el que se explicite, de forma clara e inequívoca, los criterios de medida para evaluar los resultados alcanzados por los participantes.
- La puntuación final alcanzada se expresará en términos de Apto/ No Apto.