

CICLO FORMATIVO DE GRADO MEDIO

“TÉCNICO EN ACTIVIDADES COMERCIALES”

GUÍA DIDÁCTICA DEL MÓDULO:

1235 COMERCIO ELECTRÓNICO

Modalidad Dual

Curso: 2023/24

Departamento: Administrativo y Comercio

Profesor/a: Miguel Ángel Ruiz Merino



Contenido

1. IDENTIFICACIÓN DEL MÓDULO	3
2. PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO PROFESIONAL.....	5
3. TEMPORALIZACIÓN.....	9
4. METODOLOGÍA Y ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS	10
5. PROCESO DE EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN.....	10
6. ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD.	12
7. MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS.	13
8. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES	13
9. TUTORÍAS.....	14
ANEXO I.....	15

1. IDENTIFICACIÓN DEL MÓDULO

DATOS DE REFERENCIA DEL MÓDULO PROFESIONAL	
DATOS	DESCRIPCIÓN
IDENTIFICACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> · Código/Módulo Profesional: 1235 COMERCIO ELECTRÓNICO · Familia Profesional: ADMINISTRATIVO Y COMERCIO · Título: TÉCNICO EN ACTIVIDADES COMERCIALES · Grado: MEDIO
DISTRIBUCIÓN HORARIA	<ul style="list-style-type: none"> · Curso: 2º · Horas: 105 · Horas semanales: 5
TIPOLOGÍA DE MÓDULO	<ul style="list-style-type: none"> · No Asociado a UC's
BREVE SÍNTESIS DEL MÓDULO	<p>Este módulo contiene la formación necesaria para el desempeño de actividades relacionadas con la venta de productos/servicios a través de Internet. La función de ventas por Internet incluye aspectos como:</p> <ul style="list-style-type: none"> · La colaboración en la aplicación del plan de marketing digital. · La realización de acciones encaminadas a la venta por Internet. · El mantenimiento de la página web de la empresa. · La actualización en tiempo real del catálogo online de productos. · La gestión de la tienda virtual. · La utilización de redes sociales para potenciar las ventas. · La inclusión de la empresa en entornos de ventas Web 2.0. <p>Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:</p> <ul style="list-style-type: none"> · La realización de ventas online. · La confección de escaparates virtuales. · En la programación de carritos de la compra online. · La inclusión de nuestro comercio en redes sociales empresariales. ^[1] _[SEP]

Normativa:

- **Decreto 436/2008**, de 2 de septiembre, por el que se establece la ordenación y las enseñanzas de la Formación Profesional inicial que forma parte del sistema educativo.
- **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. (BOE de 27-11-2011)
- **Orden de 28 de Julio de 2015**, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales (BOJA de 16-09-15).
- **Orden de 29 de septiembre de 2010**, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía.
- **Orden ECD/73/2013**, de 23 de enero, por la que se establece el currículo del Ciclo Formativo de Grado Medio correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales.

Identificación del título:

- Denominación: Actividades Comerciales
- Nivel: Formación Profesional de Grado Medio.
- Duración: 2.000 horas
- Familia Profesional: Comercio y Marketing
- Referente europeo: CINE-3b (Clasificación Internacional Normalizada de la Educación).



CENTRO EDUCATIVO
“SANTA MARÍA DE LOS APÓSTOLES”

CTRA. JABALCUZ, 51
23002 JAÉN
Teléf. - Fax 953 23 16 05



El perfil profesional del título de Técnico en Actividades Comerciales queda determinado por su competencia general, sus competencias profesionales, personales y sociales, y por la relación de cualificaciones y, en su caso, unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales incluidas en el título.

2. PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO PROFESIONAL

MODULO PROFESIONAL:
COMERCIO ELECTRÓNICO: 1235
DURACIÓN: 105 HORAS (5 HORAS /SEMANA).

COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES	OBJETIVOS GENERALES	RESULTADOS DE APRENDIZAJE
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.	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.	RA2
	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.	RA1, RA5
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.	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.	RA2, RA3
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.	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.	RA1, RA2, RA5
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.	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.	RA1, RA4, RA5
o) Comunicarse eficazmente, respetando la autonomía y competencia de las distintas personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.	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.	RA5
	v) Analizar y aplicar las técnicas necesarias para dar respuesta a la accesibilidad universal y al "diseño para todos".	RA2, RA3, RA4
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.	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.	RA2, RA3

2.1 PROCESO DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE

Este módulo contiene la formación necesaria para el desempeño de actividades relacionadas con la venta de productos/servicios a través de Internet.

La función de ventas por Internet incluye aspectos como:

- La colaboración en la aplicación del plan de marketing digital.
- La realización de acciones encaminadas a la venta por Internet.
- El mantenimiento de la página web de la empresa.
- La actualización en tiempo real del catálogo online de productos.
- La gestión de la tienda virtual.
- La utilización de redes sociales para potenciar las ventas.
- La inclusión de la empresa en entornos de ventas Web 2.0.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- La realización de ventas online.
- La confección de escaparates virtuales.
- En la programación de carritos de la compra online.
- La inclusión de nuestro comercio en redes sociales empresariales.

2.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

CICLO FORMATIVO: TÉCNICO EN ACTIVIDADES COMERCIALES	
MÓDULO PROFESIONAL: 1235 COMERCIO ELECTRÓNICO	
RA 1. Aplica las directrices del plan de marketing digital de la empresa, participando en su ejecución y sostenimiento	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
a) Se han examinado las características generales y particulares de un plan de marketing digital capaz de alcanzar los objetivos comerciales de la empresa. b) Se han gestionado electrónicamente las relaciones con los clientes, definiendo el programa de fidelización y las herramientas que se van a utilizar. c) Se han ejecutado los procesos de posicionamiento y marketing online. d) Se han identificado los elementos que configuran el marketing de buscadores. e) Se han ejecutado los procesos de publicidad y promoción online ajustados a la normativa legal existente. f) Se han evaluado los desafíos del marketing electrónico: la confianza en los medios de pago, los problemas logísticos y la seguridad. g) Se han reconocido las nuevas tendencias de comunicación y relación con el cliente en el marketing digital.	<ul style="list-style-type: none"> - Plan de marketing digital. Definición y políticas marketing digital. - Características específicas del cliente online. - Marketing relacional y la gestión de la relación con los clientes (CRM). - Marketing one-to-one. - Alta en buscadores y en directorios especializados. - Marketing en buscadores. SEM, SEO y campañas en páginas afines. Como mejorar el posicionamiento en buscadores. - Boletines electrónicos enviados con email marketing. Elaboración de un Boletín o Newsletter - Diseño de blogs corporativos. Modalidades. - Marketing de afiliación. Agentes y Estructura. - Cross marketing. Estrategia de ventas cruzadas. - Marketing viral. Definición y técnicas. Métodos de transmisión. Mail, Blogs, Redes sociales, Comunidades virtuales. - Publicidad no deseada. El spam. - Normativa sobre comunicaciones electrónicas y privacidad. Protección de Datos Personales. Normativa Básica. - Pagos con dinero electrónico y pagos en línea. Sistemas más usuales. Seguridad y Protocolos antifraude. - Aplicaciones del mobile marketing y TDT, entre otros. Banca móvil, Publicidad dirigida, Códigos QR, Comercio electrónico, entre otros. - Internet TV, videoblogs y web TV, entre otros.

CICLO FORMATIVO: TÉCNICO EN ACTIVIDADES COMERCIALES	
MÓDULO PROFESIONAL: 1235 COMERCIO ELECTRÓNICO	
RA 2. Realiza las acciones necesarias para efectuar ventas online, aplicando las políticas de comercio electrónico definidas por la empresa.	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
a) Se han identificado los modelos de negocio convencionales y electrónicos existentes en la red. b) Se han establecido los parámetros necesarios para crear o adaptar un negocio online. c) Se han definido acciones de captación de clientes enfocadas al comercio electrónico. d) Se ha diseñado una tienda virtual. e) Se han establecido los medios de pago que se van a utilizar. f) Se han seleccionado los sistemas de seguridad que garanticen la privacidad e invulnerabilidad de las operaciones. g) Se ha planificado la gestión de los pedidos recibidos y todo el proceso logístico.	<ul style="list-style-type: none"> - Modelos de negocio digital. Portales horizontales, B2B y B2C, entre otros. - Negocios electrónicos. e-shop, e-mail, e-procurement, e-marketplace y e-auction, entre otros. - Idea y diseño de una tienda virtual. Administración y mantenimiento. - Selección y registro de dominio. - Escaparate web. Catálogo electrónico. Catálogo de productos online. Presupuesto y pedido. - Medios de pago electrónico. Tarjetas débito, crédito y monedero, Plataformas de pago. Paypal, Checkout o Moneybookers, entre otros. Otros medios. - Seguridad en las transacciones electrónicas. Cifrado, firma digital, certificados digitales y DNI electrónico. Entidades certificadoras raíz. - Encriptación. Protocolos de seguridad. SSL, SET, 3D Secure, entre otros. - Control logístico de las mercancías vendidas online. Seguimiento del presupuesto, pedido, salida y recepción mercancías.

	<ul style="list-style-type: none"> - Períodos de reflexión y cancelaciones. - La reclamación como instrumento de fidelización del cliente. - Métodos para el tratamiento de quejas y reclamaciones online.
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

CICLO FORMATIVO: TÉCNICO EN ACTIVIDADES COMERCIALES	
MÓDULO PROFESIONAL: 1235 COMERCIO ELECTRÓNICO	
RA 3. Realiza el mantenimiento de la página web corporativa, la tienda electrónica y el catálogo online, utilizando aplicaciones informáticas y lenguajes específicos.	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
<ul style="list-style-type: none"> a) Se han redactado sentencias en lenguaje de etiquetas de hipertexto (HTML). b) Se han planificado la estructura, los contenidos, los flujos de caja, y el catálogo on line de la página web corporativa. c) Se han utilizado programas comerciales para crear los ficheros que componen las páginas web. d) Se han utilizado programas específicos de inclusión de textos, imágenes y sonido. e) Se ha construido una página web eficiente para el comercio electrónico. f) Se ha registrado la dirección de páginas web con dominio propio o con alojamiento gratuito. g) Se han enviado los ficheros web creados al servidor de Internet mediante programas especializados en esta tarea. h) Se han incluido en la web enlaces de interés capaces de generar tráfico orientado e interesado en lo que se ofrece. 	<ul style="list-style-type: none"> - Lenguaje HTML. Introducción. Etiquetas básicas. Editores HTML. - Estructurar una página web corporativa. Contenidos. - Zonas calientes y zonas de usuario. - Flujos de caja y financiación de la tienda online. - Catálogo online. Planificación, edición, verificación, procesado y mantenimiento. - El carrito de la compra online. - Creación de páginas web con los editores web más usuales. El estilo y el formato. El color y el diseño web. Trabajar con imágenes. Crear hipervínculos y páginas interactivas. Trabajar con formularios. Agregar contenido multimedia. - Programas de diseño gráfico y otras utilidades para la web. - Publicación en la web. - Elección del servidor para alojar páginas web. Dirección propia de pago o gratuita. - Publicación de páginas web vía FTP. - Visibilidad en Internet. - Alta en buscadores. - Link Building-estrategia de links o enlaces.

CICLO FORMATIVO: TÉCNICO EN ACTIVIDADES COMERCIALES	
MÓDULO PROFESIONAL: 1235 COMERCIO ELECTRÓNICO	
1. RA 4. Establece foros de comunicación entre usuarios, utilizando las redes sociales de ámbito empresarial.	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
<ul style="list-style-type: none"> a) Se han utilizado programas web para mantener cibercharlas de texto. b) Se han manejado aplicaciones de mensajería instantánea. c) Se han aplicado sistemas de comunicación oral que utilizan solo sonido o sonido e imagen. d) Se han utilizado foros en la red. e) Se han identificado los elementos que configuran el mapa de medios sociales. f) Se han establecido contactos sobre temas concretos a través de blogs temáticos de contenido profesional. g) Se han examinado las características de las redes sociales generalistas y profesionales. h) Se han efectuado comunicaciones, publicidad y ventas con otros usuarios de la red a través de redes sociales. i) Se han generado contenidos audiovisuales y fotográficos de la actividad, productos y procesos comerciales. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los grupos de conversación o chat. Programas IRC y programas webchat. - Servicio de mensajería instantánea. Aplicaciones. Mensajería instantánea multiplataforma. - Telefonía por Internet. Aplicaciones más utilizadas. Videoconferencia. - Los foros. Leer y escribir en un foro. - Los grupos de discusión. - Cómo buscar un grupo interesante. - Mapa de Medios Sociales (Social Media). Clasificación. - Weblogs, blogs o bitácoras. Tipos de Blogs temáticos. - Redes sociales. - Redes sociales generalistas. Microblogs. - Redes sociales para empresas. Crear una red de contactos influyentes. Red de contactos profesionales. - Añadir elementos a una página de una red social. Crear perfiles. Mensajes en el muro. - Utilizar elementos fotográficos y audiovisuales en una página de una red social. - Añadir aplicaciones profesionales a una página. - Comprar y vender en redes sociales. Clubs de compras.

CICLO FORMATIVO: TÉCNICO EN ACTIVIDADES COMERCIALES	
MÓDULO PROFESIONAL: 1235 COMERCIO ELECTRÓNICO	
RA 5. Utiliza entornos de trabajo dirigidos al usuario final (Web 2.0), integrando herramientas informáticas y recursos de internet.	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
<ul style="list-style-type: none"> a) Se han definido los modelos y funcionalidades Web 2.0. existentes en la red. b) Se han seleccionado las acciones necesarias para integrar el comercio electrónico con funcionalidades propias de la Web 2.0. c) Se han aplicado los resultados obtenidos en el entorno Web 2.0 mediante la información (feedback) proporcionada por los usuarios. d) Se han utilizado los recursos gratuitos y libres incluidos en los sitios Web 2.0. e) Se han utilizado un conjunto importante de aplicaciones que Internet nos brinda como herramientas del Marketing Digital en la web 2.0. f) Se han realizado las tareas necesarias para que la empresa esté presente, además de en su propio sitio web, en buscadores, redes sociales, blogs y chats y foros, entre otros. g) Se han implementado estrategias de seguridad para la web 2.0. 	<ul style="list-style-type: none"> h) La web 2.0. Concepto y características. i) Objetivos que hay que alcanzar. Transparencia, utilidad, participación y fidelización. j) Funcionalidades. Opiniones y foros de usuario. Feedback de la información. k) Reputación corporativa online. Estrategias y acciones para una campaña de reputación. l) Herramientas del marketing online utilizadas en la Web 2.0. Marketing en medios sociales (SMM). Mail. Foros. Blog/Weblogs. Páginas web editadas por muchos usuarios (Wikis). Banner. Adserver. Widget. Gadget. Contenidos actualizados (RSS).XML. Vídeo. Podcast. m) Webs integradas. Comparadores de precios, webs de subastas, sistemas para opinar sobre productos, entre otras. n) Redes sociales que integran a los consumidores como prescriptores. o) Los consumidores como participantes activos (prosumidores), opiniones de otros compradores, ofertas cruzadas y comparativas, entre otras. p) Implementación de estrategias de seguridad informática. Robo de datos, suplantación de identidad y tecnologías antimalware.



3. TEMPORALIZACIÓN

CICLO FORMATIVO DE GRADO MEDIO TÉCNICO EN ACTIVIDADES COMERCIALES

Módulo Profesional: Comercio Electrónico

Secuencia y temporalización de las Unidades de Trabajo

PRIMER TRIMESTRE							SEGUNDO TRIMESTRE							
1	2	3	4	5	6	7								
UT1. Formación inicial														
							8	9	10	11	12	13		
UT2. Diseño de la tienda virtual														
							14	15	16	17				
UT3. Usuarios en la red														
									18	19	20	21		
UT4. Web 2.0														

Tercer trimestre: los alumnos que hayan superado todos los módulos realizarán la FCT.
Aquellos que tengan módulos pendientes tendrán clases de recuperación en el centro educativo.

4. METODOLOGÍA Y ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS

La metodología será fundamentalmente activa y participativa, favoreciendo tanto el trabajo individual, como en equipo, del alumnado.

Se considera que, de forma general, el método de abordar el desarrollo de contenidos puede seguir las fases que, a continuación, se detallan:

1. Situación de unidad en el contexto general del módulo.
2. Sondeo de la situación de partida mediante la realización de preguntas.
3. Esquematización general del tema.
4. Exposición de contenidos.
5. Realización de tareas, actividades, prácticas, etc.
6. Resolución de dudas y preguntas.
7. Síntesis y transferencia: permite a los alumnos recapitular, aplicar y generalizar los aprendizajes a problemas, situaciones, fenómenos y contextos no trabajados directamente.

Se hará un seguimiento personalizado que permita averiguar aquellos alumnos que pudieran requerir actividades de refuerzo o bien de ampliación.

5. PROCESO DE EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

La evaluación del aprendizaje del alumnado que cursa el módulo de Comercio Electrónico será continua.

La aplicación del proceso de evaluación continua del alumnado requerirá, en la modalidad presencial, su asistencia regular a clase y su participación en las actividades programadas para este módulo. La no asistencia regular y la no realización de las actividades evaluables, hará que no sea posible recabar la información sobre el proceso de aprendizaje y, por tanto, no se pueda realizar su evaluación continua.

La evaluación del alumnado será realizada por el profesor que imparte el módulo profesional, de acuerdo con los resultados de aprendizaje, los criterios de evaluación y contenidos del módulo, así como las competencias y objetivos generales del ciclo formativo asociados a los mismos.

El resto de las decisiones resultantes del proceso de evaluación serán adoptadas por acuerdo del equipo docente. Si ello no fuera posible, se adoptarán por mayoría simple del profesorado que imparta docencia en el mismo.

El alumnado o sus representantes legales, en caso de ser menor de edad, será informado a principios de curso sobre los resultados de aprendizaje, contenidos, metodología y criterios de evaluación y calificación del módulo.

Al término del proceso de enseñanza-aprendizaje, el alumnado obtendrá una calificación final considerando el grado y nivel de adquisición de los resultados de aprendizaje establecidos para el módulo profesional, de acuerdo con sus correspondientes criterios de evaluación y los objetivos generales relacionados, así como de la competencia general y las competencias profesionales, personales y sociales del título, establecidas en el perfil profesional del mismo y sus posibilidades de inserción en el sector profesional y de progreso en los estudios posteriores a los que pueda acceder .

Para aquel alumnado que se incorpora más tarde al curso escolar, por cuestiones ajenas a su voluntad, el profesorado facilitará su adaptación, a fin de que se pueda incorporar al curso con garantías de éxito.

La evaluación se concreta en tres fases: evaluación inicial, evaluación formativa y evaluación final o sumativa.

Evaluación inicial. Durante el primer mes desde el comienzo de la actividad lectiva, el profesor del módulo realizará una evaluación inicial que tendrá como objetivo fundamental indagar sobre las características y el nivel de competencias que presenta el alumnado en relación con los resultados de aprendizaje y contenidos del mismo.

La evaluación inicial será el punto de referencia para la toma de decisiones relativas al desarrollo del módulo y su adecuación a las características, capacidades y conocimientos del alumnado. Esta evaluación en ningún caso conllevará calificación numérica, sino que se calificará como Iniciado (menos de 4), Medio (de 4 a 7) o Avanzado (más de 7)

Evaluación formativa. Durante el segundo curso se realizarán dos evaluaciones parciales correspondientes a los dos trimestres del curso escolar.

Evaluación final o sumativa. La evaluación final, será la media ponderada de todos los RA del módulo

Técnicas

- Técnicas escritas.
- Técnicas basadas en la ejecución práctica.
- Técnicas basadas en la observación.
- Técnicas orales.

Instrumentos de evaluación:

- Prueba.
- Trabajo.
- Práctica.
- Supuesto.
- Rúbrica.
- Exposición.

Medidas de recuperación o mejora de los resultados obtenidos

El alumnado que tenga el módulo profesional no superado mediante evaluación parcial o desee mejorar los resultados obtenidos podrá hacerlo en las recuperaciones que se establecerán al efecto. Después de las recuperaciones trimestrales, realizadas tras el período de evaluación, el alumnado que deba recuperar alguno/s de los criterios de evaluación, continuará con la actividad lectiva hasta la fecha de finalización del régimen ordinario de clase y podrá proceder a su recuperación en la evaluación final de junio. Para ello, el profesor responsable del módulo establecerá un plan de recuperación individualizado.

El alumnado que no haya asistido de forma regular durante el curso y que quiera hacer uso de la convocatoria de evaluación final, se le realizará una prueba que comprenda la evaluación de todos los resultados de aprendizaje y criterios de evaluación del módulo.

En caso de sorprender al alumnado copiando o evidenciar que se han copiado actividades o trabajos, esas pruebas serán calificadas con un cero.

CALIFICACIÓN DEL ALUMNADO

La evaluación conllevará una calificación que reflejará los resultados obtenidos por el alumno o alumna en su proceso de enseñanza-aprendizaje. La calificación de los módulos profesionales de formación en el centro educativo se expresará en valores numéricos de 1 a 10, sin decimales. Se considerarán positivas las iguales o superiores a 5 (sin redondeo) y negativas las restantes.

Se considerará que un RA está superado cuando la media ponderada de sus CEs asociados sea 5 o mayor (sin redondeo). Se considerará que el módulo está superado, si la media ponderada de sus RAs es 5 o mayor, igualmente sin redondeo.

CRITERIOS DE CALIFICACION

Ver Anexo I

Notas:

- La ponderación de los resultados de aprendizaje se ha efectuado teniendo en cuenta variables como: importancia del contenido dentro del módulo y carga horaria asignada.
- Para la evaluación de la formación del alumnado en el centro educativo se utilizarán los instrumentos establecidos al efecto.
- Para la evaluación de la formación del alumnado en la empresa se utilizará la valoración aportada por el tutor laboral.

6. ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD.

La Ley Orgánica de Educación 2/2006 de 3 de mayo, afirma que es “alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo” el que presenta necesidades educativas especiales debido a una discapacidad o a graves trastornos de la personalidad, el que tiene altas capacidades intelectuales, y el que se incorpora tardíamente al Sistema Educativo español y presenta dificultades lingüísticas y/o en sus competencias básicas.

El Decreto 436/2008, de 2 de septiembre, por el que se establece la ordenación y las enseñanzas de la Formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo, en su artículo 17, dicta que “A fin de promover los principios de igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad, la Consejería competente en materia de educación dispondrá recursos humanos y materiales que promuevan el acceso de estas personas al currículo de estas enseñanzas.

A tal efecto, desde el departamento de orientación del centro educativo, se facilita una serie de adaptaciones que entre otras medidas pueden llevarse a cabo con este alumnado. Esta adaptación en ningún caso supondrá la supresión de resultados de aprendizaje y objetivos generales del ciclo que afecten a la adquisición de la competencia general del título.

ADAPTACIONES METODOLÓGICAS

- Situarlo en el sitio adecuado en clase.
- Explicaciones adecuadas a su adaptación.
- Adecuación de la cantidad de actividades.
- Utilización recursos TIC's

ADAPTACIÓN EN LA EVALUACIÓN

- Uso de distintas técnicas e instrumentos de evaluación
- Reducir el número de preguntas.
- Dar más tiempo para la realización.
- Explicación adaptada de las pruebas.

ADAPTACIÓN EN LOS CONTENIDOS

- Contenidos que garanticen la adquisición de los CEs y RAs

7. MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS.

Disponemos de un aula donde se imparten las clases. Para la exposición teórica, se contará con recursos como: PC con conexión a internet, proyector de imágenes con el cañón, una pantalla de proyección y recursos tradicionales como la pizarra de rotuladores.

Para un correcto desarrollo de las actividades los alumnos y alumnas contarán con: mesas de trabajo con un equipo informático por alumno y aplicaciones informáticas tales como Microsoft Office, Adobe Photoshop, Pinnacle Studio, Mecasoft Pro, Adobe Reader, Winrar.

Acceso a internet. Utilización de la plataforma Google Workspace como instrumento de comunicación e interactividad, haciendo más fácilmente accesibles determinados contenidos al alumnado.

El libro de texto para el módulo será el siguiente: **ISBN 978-84-1134-513-2 (Editorial EDITEX).**

8. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES

PRIMER TRIMESTRE	
TEMPORALIZACIÓN	DENOMINACIÓN DE LA ACTIVIDAD
Septiembre	Jornada Acogida.
Noviembre	Día Internacional contra la violencia de género.
Noviembre	Bocadillo solidario.
Noviembre	Voluntariado SMA.
Noviembre	Visita cultural a Granada y/o Córdoba.
Diciembre	Visita a Software DelSol y Museo del aceite.
Diciembre	Celebración de la Navidad.

SEGUNDO TRIMESTRE	
TEMPORALIZACIÓN	DENOMINACIÓN DE LA ACTIVIDAD
Febrero	Día Santa Nazaria.
Febrero	Visita a la empresa Family Biscuit.
Febrero	Bocadillo solidario.
Febrero	Jornada de Puertas Abiertas.
Marzo	Día de la Mujer.
Marzo	Campaña de recogida de alimentos. Voluntariado SMA.
Marzo	Salida cultural. Pantano de Cubillas.

TERCER TRIMESTRE CFGM	
TEMPORALIZACIÓN	DENOMINACIÓN DE LA ACTIVIDAD
Abril	Primavera en familia/ Fiesta de la primavera
Abril	Día del libro.
Abril	Visita a 1,2,3 Emrende.
Mayo	Misa de campaña.
Mayo	Jornada Mariana.
Mayo	Acto de Graduación.
Junio	Fiesta Fin de Curso.

Estas actividades se han diseñado a tenor de los objetivos generales y competencias personales, profesionales y sociales del ciclo formativo, y estarán sujetas a la evolución de la situación sanitaria

9. TUTORÍAS

Se establece una hora de tutoría individual para el alumnado, previa cita con el profesor.

ANEXO I

PONDERACIÓN RA	RESULTADOS DE APRENDIZAJE
25,0%	RA1 Aplica las directrices del plan de marketing digital de la empresa, participando en su ejecución y sostenimiento.
20,0%	RA2 Realiza las acciones necesarias para efectuar ventas online, aplicando las políticas de comercio electrónico definidas por la empresa.
25,0%	RA3 Realiza el mantenimiento de la página web corporativa, la tienda electrónica y el catálogo online, utilizando aplicaciones informáticas y lenguajes específicos.
20,0%	RA4 Establece foros de comunicación entre usuarios, utilizando las redes sociales de ámbito empresarial.
10,0%	RA5 Utiliza entornos de trabajo dirigidos al usuario final (Web 2.0), integrando herramientas informáticas y recursos de Internet.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN CE
1.a) Se han examinado las características generales y particulares de un plan de marketing digital capaz de alcanzar los objetivos comerciales de la empresa.	25%
1.b) Se han gestionado electrónicamente las relaciones con los clientes, definiendo el programa de fidelización y las herramientas que se van a utilizar.	15%
1.c) Se han ejecutado los procesos de posicionamiento y marketing online.	10%
1.d) Se han identificado los elementos que configuran el marketing de buscadores.	10%
1.e) Se han ejecutado los procesos de publicidad y promoción online ajustados a la normativa legal existente.	10%
1.f) Se han evaluado los desafíos del marketing electrónico: la confianza en los medios de pago, los problemas logísticos y la seguridad.	15%
1.g) Se han reconocido las nuevas tendencias de comunicación y relación con el cliente en el marketing digital.	15%
2.a) Se han identificado los modelos de negocio convencionales y electrónicos existentes en la red.	5%
2.b) Se han establecido los parámetros necesarios para crear o adaptar un negocio online.	15%
2.c) Se han definido acciones de captación de clientes enfocadas al comercio electrónico.	20%
2.d) Se ha diseñado una tienda virtual.	25%
2.e) Se han establecido los medios de pago que se van a utilizar.	15%
2.f) Se han seleccionado los sistemas de seguridad que garanticen la privacidad e invulnerabilidad de las operaciones.	10%
2.g) Se ha planificado la gestión de los pedidos recibidos y todo el proceso logístico.	10%
3.a) Se han redactado sentencias en lenguaje de etiquetas de hipertexto (HTML).	5%
3.b) Se han planificado la estructura, los contenidos, los flujos de caja, y el catálogo on line de la página web corporativa.	15%
3.c) Se han utilizado programas comerciales para crear los ficheros que componen las páginas web.	20%
3.d) Se han utilizado programas específicos de inclusión de textos, imágenes y sonido.	20%
3.e) Se ha construido una página web eficiente para el comercio electrónico.	25%
3.f) Se ha registrado la dirección de páginas web con dominio propio o con alojamiento gratuito.	5%

3.g) Se han enviado los ficheros web creados al servidor de Internet mediante programas especializados en esta tarea.	5%
3.h) Se han incluido en la web enlaces de interés capaces de generar tráfico orientado e interesado en lo que se ofrece.	5%
4.a) Se han utilizado programas web para mantener cibercharlas de texto.	5%
4.b) Se han manejado aplicaciones de mensajería instantánea.	5%
4.c) Se han aplicado sistemas de comunicación oral que utilizan solo sonido o sonido e imagen.	15%
4.d) Se han utilizado foros en la red.	20%
4.e) Se han identificado los elementos que configuran el mapa de medios sociales.	15%
4.f) Se han establecido contactos sobre temas concretos a través de blogs temáticos de contenido profesional.	15%
4.g) Se han examinado las características de las redes sociales generalistas y profesionales.	10%
4.h) Se han efectuado comunicaciones, publicidad y ventas con otros usuarios de la red a través de redes sociales.	5%
4.i) Se han generado contenidos audiovisuales y fotográficos de la actividad, productos y procesos comerciales.	10%
5.a) Se han definido los modelos y funcionalidades Web 2.0. existentes en la red.	20%
5.b) Se han seleccionado las acciones necesarias para integrar el comercio electrónico con funcionalidades propias de la Web 2.0.	15%
5.c) Se han aplicado los resultados obtenidos en el entorno Web 2.0 mediante la información (feedback) proporcionada por los usuarios.	15%
5.d) Se han utilizado los recursos gratuitos y libres incluidos en los sitios Web 2.0.	10%
5.e) Se han utilizado un conjunto importante de aplicaciones que Internet nos brinda como herramientas del Marketing Digital en la web 2.0.	10%
5.f) Se han realizado las tareas necesarias para que la empresa esté presente, además de en su propio sitio web, en buscadores, redes sociales, blogs y chats y foros, entre otros.	15%
5.g) Se han implementado estrategias de seguridad para la web 2.0.	15%