



**PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA DE
MÓDULO**

MD75010205RG

Rev. 1

Página 1 de 25



JUNTA DE ANDALUCÍA
CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN

AENOR



Empresa
Registrada

UNE-EN ISO 9001



**PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA
DE MÓDULO**

CURSO: 2016 /2017

CICLO FORMATIVO

ACTIVIDADES COMERCIALES

MODULO

COMERCIO ELECTRÓNICO

TEMPORALIZACIÓN

HORAS ANUALES

HORAS SEMANALES

105

5

**PROFESORADO QUE LA
IMPARTE**

M. ESTHER RUIZ DE LEÓN LORIGA

PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA

1.- OBJETIVOS ASOCIADOS AL MÓDULO: COMERCIO ELECTRÓNICO

La programación del módulo de Comercio Electrónico asume los objetivos concretos fijados en el currículo del Ciclo Formativo correspondiente, establecidos en la normativa oficial de la comunidad autónoma, y que se alcanzarán a través de la consecución de los resultados de aprendizaje del módulo. Estos resultados de aprendizaje se adquirirán mediante la asimilación de los contenidos, que distribuiremos en unidades de trabajo, y que estarán contrastados en función de los criterios de evaluación que se fijarán para cada una de ellas. La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales siguientes:

- 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.
- 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.

COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES DEL MÓDULO

La formación del módulo de comercio electrónico, contribuye a alcanzar las siguientes competencias profesionales, personales y sociales:

- 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.
- 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.

| 2.- BLOQUES TEMÁTICOS | | | | | | |
|------------------------|----|---|-------|-----------|----|----|
| Bloque temático Nº 1 | Nº | Título Unidad didáctica | Horas | Trimestre | | |
| | | | | 1º | 2º | 3º |
| INTRODUCCIÓN AL MÓDULO | 0 | Explicación del contenido global del módulo, actividades, criterios de corrección y evaluación. | 2 | X | | |
| Marketing digital | 1 | Plan de Marketing digital: relación con clientes y seguridad en el pago. | 10 | X | | |
| | 2 | Aplicación de las herramientas de Marketing digital | 10 | x | | |

| Bloque temático Nº 3 | Nº | Título Unidad didáctica | Horas | Trimestre | | |
|----------------------|----|--|-------|-----------|----|----|
| | | | | 1º | 2º | 3º |
| Tienda virtual | 3 | Diseño de tienda virtual. Modelos de negocio electrónico. Selección y registro de dominio. | 15 | X | | |
| | 4 | Mantenimiento de una página web de tienda virtual (I). | 10 | X | | |
| | 5 | Mantenimiento de una página web de tienda virtual (II). | 20 | X | | |

| Bloque temático Nº 4 | Nº | Título Unidad didáctica | Horas | Trimestre | | |
|----------------------|----|---|-------|-----------|----|----|
| | | | | 1º | 2º | 3º |
| Comunicación on-line | 6 | Relación con otros usuarios de la red. | 5 | | x | |
| | 7 | Redes sociales | 10 | | x | |
| | 8 | Utilización de la Web 2.0 e integración de los consumidores | 5 | | x | |

| Bloque temático Nº 5 | Nº | Título Unidad didáctica | Horas | Trimestre | | |
|------------------------|----|---|-------|-----------|----|----|
| | | | | 1º | 2º | 3º |
| Práctica de simulación | 9 | Simulación de elaboración y diseño de un comercio on line | 15 | | x | |

3. METODOLOGÍA.

A) METODOLOGÍA DIDÁCTICA:

En todas las unidades en las que se han estructurado los contenidos, se tratará de hacer una exposición inicial, intentando conseguir la participación de los alumnos, dando respuesta al caso práctico inicial y después realizando actividades.

1. Se comienza la unidad con **una introducción** en la cual indicaremos que queremos aprender con los contenidos de esa unidad de trabajo, los objetivos y la presentación de un guión o esquema de la unidad y como se va a evaluar dicha unidad de trabajo.
2. El profesor explica los contenidos haciendo hincapié en los **puntos más importantes** y resumiendo aquellos aspectos que resultan fundamentales, tanto en los conceptos, como aquellas partes que serán importantes a la hora de las aplicaciones.
3. El profesor plantea las **actividades a realizar**. Esto se puede hacer al final de los contenidos o en paralelo a las explicaciones conceptuales. Se procurará que en las actividades o ejercicios de cálculo más simples los alumnos trabajen de forma individual, pero para los más complejos se podrán agrupar en equipos de trabajo (por parejas).
4. Los alumnos realizan esas actividades y el profesor actúa como fuente de información, aclara dudas y comprueba el resultado de dichas actividades. Es interesante llevar a cabo **diferentes tipos de actividades**. También será conveniente proponer diferentes tipologías de actividades teóricas, prácticas, de búsqueda o consulta de información, etc.
5. Se repasan los contenidos básicos de la unidad y se explican las presentaciones de trabajos y realización de pruebas o controles correspondientes.
6. Se utilizará la plataforma moodle en la que estarán algunos temas y todas las actividades que el alumno debe realizar. Otros temas estarán en papel y todos se explicarán utilizando casos prácticos.
7. Se realizaran comentarios y trabajos para que el alumno mejore su expresión escrita.
8. Visualización de películas y videos que ilustren lo temas tratados.
9. Se realizaran actividades en las que el alumno deberá hablar en público para mejorar su expresión oral.

B) METODOLOGÍA ORIENTADA A LA MEJORA LINGÜÍSTICA

La metodología didáctica estará orientada a la mejora de la competencia lingüística, para ello el departamento acordó en la reunión del 13 de octubre:

- Restar 0,1 punto por cada falta de ortografía en los exámenes realizados durante el curso de tal forma que el alumno preste atención a la hora de escribir en los mismos, los profesores insistirán en este punto durante la realización del examen.
- Se tendrán en cuenta los libros que el alumno lea durante el curso.
- Asimismo los alumnos tendrán que exponer ante el profesor y sus compañeros los trabajos que realicen, para mejorar su expresión oral.

C) METODOLOGÍA ORIENTADA AL APRENDIZAJE COOPERATIVO Y EDUCACIÓN INCLUSIVA.

Se aplicarán técnicas de aprendizaje cooperativo para potenciar el aprendizaje de todos los alumnos y facilitar la participación activa, la integración y la interacción entre ellos. Para llevar a cabo este tipo de aprendizaje los alumnos se distribuirán en pequeños equipos de trabajo para ayudarse y animarse mutuamente a la hora de realizar algunas actividades.

Al principio de curso se realizarán dinámicas que fomenten la cohesión del grupo como:

- Grupo nominal
- La pelota
- La entrevista
- La maleta etc

Posteriormente insistiremos en el trabajo en equipo fomentando la participación equitativa y la interacción entre los estudiantes. Para ello utilizaremos algunas estructuras cooperativas tanto simples como complejas:

- La lectura compartida
- 1-2-4
- Parada de tres minutos
- Lápices al centro
- Rompecabezas
- Grupos de investigación etc

4.- EVALUACIÓN Y RECUPERACIÓN

La evaluación requiere realizar unas observaciones de manera sistemática, que permitan emitir un juicio sobre el rumbo del proceso de enseñanza aprendizaje, los instrumentos utilizados para ello deben ser variados y podrán incluir:

- Preguntas orales en clase.
- Realización, entrega y exposición de cuestiones, actividades, ejercicios...
- Asistencia y participación en clase.
- Pruebas escritas.
- Modo de enfrentarse a las tareas, refuerzos eficaces, nivel de atención, interés por la materia, motivación, etc.
- Exposición ante el profesor y sus compañeros de los trabajos realizados.
- Uso de la plataforma Moodle.

4.1.- VALORACIÓN DE LOS CONTENIDOS

| EVALUACIÓN DE CONTENIDOS | PORCENTAJE |
|--|---|
| Pruebas escritas teórico-prácticas | 50% |
| Procedimientos: Trabajo en clase, casa, aplicación práctica de conocimientos plasmándolos en trabajos, etc | 50% <i>(excepto segundo parcial que será un 10%)</i> |
| Trabajo final con exposición oral. | 40% <i>(sólo en el segundo parcial)</i> |

4.2.- MEDIDAS DE RECUPERACIÓN

4.2.a En las evaluaciones.

La nota de cada parcial será la nota obtenida en las actividades (máximo 5 puntos). más el 50% de la nota media de los exámenes y/o pruebas realizados en el trimestre, que podrán ser presenciales, no presenciales o a través de la plataforma Moodle, siempre y cuando la nota sea superior a 4 en cada uno de los exámenes de cada parcial y el alumno tenga entregadas como mínimo el 80 % de las actividades realizadas durante el trimestre (máximo 5 puntos).

Para obtener el valor de cada actividad, se dividirán los 5 puntos destinados a este apartado, entre el número de actividades realizadas en el trimestre. Si una actividad es calificada como supera lo esperado (SE), ésta será valorada, con el valor total de la actividad; si la actividad es calificada como satisfactoria (S), ésta será valorada, con la mitad del valor de la actividad y si la actividad es calificada como no satisfactoria (NS), su valor será (0) cero. Por cada actividad no realizada o no presentada, el alumno tendrá una penalización de 0,1 punto del total de este apartado.

Si en alguno de los exámenes realizados en el parcial, obtiene una nota inferior a 4 o no tiene entregadas el 80% de las actividades, la calificación que aparecerá en ese parcial será cómo máximo de 4 y tendrá que recuperar todo el parcial en la convocatoria ordinaria entregando

aquellas actividades no entregadas en las fechas indicadas de dicho parcial.

4.2.b.- Para convocatoria ordinaria:

Los alumnos con un parcial pendiente de recuperar, podrán presentarse a la prueba ordinaria con la totalidad del parcial, independientemente de los temas que haya podido aprobar. Esta prueba se realizará en el mes de junio. Para presentarse a la prueba final, los alumnos deberán presentar todos los trabajos y actividades realizadas y no entregadas, del trimestre a recuperar.

Si un alumno suspende una sola evaluación, recuperará únicamente la evaluación suspendida, pero aquellos alumnos que tengan pendientes los dos parciales, tendrán que presentarse a la prueba ordinaria con la totalidad del módulo, siendo la nota máxima de 5 puntos, para aquellos alumnos que recuperen.

La calificación de la evaluación ordinaria es la media de las calificaciones de todos los parciales aprobados, o en caso contrario, de la/s recuperación/es.

Asimismo, los alumnos que deban ir a la convocatoria ordinaria con algún parcial pendiente tendrán la obligación de asistir a clase, al menos al 50% de las horas semanales del módulo, desde el 15 de marzo hasta la fecha de la prueba ordinaria de junio, en caso contrario, el profesor podrá optar por no admitirlo al examen.

Los alumnos que hayan superado todos los parciales podrán asistir a clase para subir nota y realizarán un trabajo general de toda la materia o el examen de la prueba ordinaria de Junio, pudiendo subir hasta un máximo de dos puntos la media obtenida en los parciales, en el caso de realizar el examen y no alcanzar la nota media obtenida en los parciales, la nota final será la media de los parciales, no teniendo en cuenta la nota de la prueba final.

4.3.- CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Los criterios específicos de evaluación van relacionados con los resultados de aprendizaje de la siguiente manera:

| RESULTADOS DE APRENDIZAJE | CRITERIOS DE EVALUACIÓN |
|---|---|
| RA1. Aplica las directrices del plan de marketing digital de la empresa, participando en su ejecución y sostenimiento. | <p>a) Se han examinado las características generales y particulares de un plan de marketing digital capaz de alcanzar los objetivos comerciales de la empresa.</p> <p>b) Se han ejecutado los procesos de posicionamiento y marketing online.</p> <p>c) Se han ejecutado los procesos de publicidad y promoción online ajustados a la normativa legal existente.</p> <p>d) Se han identificado los elementos que configuran el marketing de buscadores.</p> <p>e) Se han evaluado los desafíos del marketing electrónico: la confianza en los medios de pago, los</p> |

| | |
|---|--|
| | <p>problemas logísticos y la seguridad.</p> <p>f) Se han gestionado electrónicamente las relaciones con los clientes, definiendo el programa de fidelización y las herramientas que se van a utilizar.</p> <p>g) Se han reconocido las nuevas tendencias de comunicación y relación con el cliente en el marketing digital.</p> |
| <p>RA2. Realiza las acciones necesarias para efectuar ventas online, aplicando las políticas de comercio electrónico definidas por la empresa.</p> | <p>a) Se han establecido los parámetros necesarios para crear o adaptar un negocio online.</p> <p>b) Se han definido acciones de captación de clientes enfocadas al comercio electrónico.</p> <p>c) Se han identificado los modelos de negocio convencionales y electrónicos existentes en la red.</p> <p>d) Se ha diseñado una tienda virtual.</p> <p>e) Se ha planificado la gestión de los pedidos recibidos y todo el proceso logístico.</p> <p>f) Se han establecido los medios de pago que se van a utilizar.</p> <p>g) Se han seleccionado los sistemas de seguridad que garanticen la privacidad e invulnerabilidad de las operaciones.</p> |
| <p>RA3. Realiza el mantenimiento de la página web corporativa, la tienda electrónica y el catálogo online, utilizando aplicaciones informáticas y lenguajes específicos.</p> | <p>a) Se han redactado sentencias en lenguaje de etiquetas de hipertexto (HTML). b) Se han utilizado programas comerciales para crear los cheros que componen las páginas web.</p> <p>c) Se ha registrado la dirección de páginas web con dominio propio o con alojamiento gratuito.</p> <p>d) Se han enviado los cheros web creados al servidor de Internet mediante programas especializados en esta tarea.</p> <p>e) Se han utilizado programas específicos de inclusión de textos, imágenes y sonido.</p> <p>f) Se ha construido una página web eficiente para el comercio electrónico.</p> <p>g) Se han incluido en la web enlaces de interés capaces de generar tráfico orientado e interesado</p> |

| | |
|---|--|
| | en lo que se ofrece. |
| RA4. Establece foros de comunicación entre usuarios, utilizando las redes sociales de ámbito empresarial. | <p>a) Se han utilizado programas web para mantener cibercharlas de texto.</p> <p>b) Se han manejado aplicaciones de mensajería instantánea.</p> <p>c) Se han aplicado sistemas de comunicación oral que utilizan solo sonido o sonido e imagen.</p> <p>d) Se han propuesto temas de contenido profesional a través de blogs temáticos.</p> <p>e) Se han establecido contactos sobre temas concretos a través de blogs temáticos de contenido profesional.</p> <p>f) Se han efectuado comunicaciones, publicidad y ventas con otros usuarios de la red a través de redes sociales.</p> <p>g) Se han generado contenidos audiovisuales y fotográficos de la actividad, productos y procesos comerciales.</p> |
| RA5. Utiliza entornos de trabajo dirigidos al usuario final (Web 2.0), integrando herramientas informáticas y recursos de Internet. | <p>a) Se han de nido los modelos y funcionalidades Web 2.0. existentes en la red.</p> <p>b) Se han utilizado los recursos gratuitos y libres incluidos en los sitios Web 2.0.</p> <p>c) Se han aplicado los resultados obtenidos en el entorno Web 2.0 mediante la información (feedback) proporcionada por los usuarios.</p> <p>d) 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.</p> <p>e) Se han seleccionado las acciones necesarias para integrar el comercio electrónico con funcionalidades propias de la Web 2.0.</p> |
| 4.4.- PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN | |
| <p>a) PRUEBAS ESCRITAS</p> <p>Las pruebas escritas que podrán ser presenciales o no (a través de la plataforma Moodle) formarán el 50% de la nota de la evaluación. Estas podrán estar formadas por preguntas de razonamiento en las que el alumno</p> | |

tendrá que relacionar los contenidos de cada tema (test); por preguntas o conceptos concretos y por preguntas o supuestos de carácter práctico. Se aplicará un valor de minoración de las faltas de ortografía (0,1 punto por cada falta de ortografía hasta un máximo de 2 puntos).

b) ASISTENCIA A CLASE

Según el R.O.F. de este Centro, el alumnado tendrá derecho a ser evaluado siempre que asista a clase un mínimo del 80% del total de horas lectivas del módulo.

En el caso de que la asistencia del alumno/a sea inferior al establecido, éste perderá el derecho a la evaluación por parciales y se le calificará en los distintos parciales como máximo, con un cuatro o no apto.

c) COMPORTAMIENTO

Un comportamiento inadecuado por parte de los alumnos/as, falta de interés, falta de participación en clase, no trabajar en clase ni en casa, así como no traer a clase el material escolar, llevará consigo la toma de medidas disciplinarias, que pueden llegar, si la conducta persiste, a la expulsión de clase, en cuyo caso se reflejará como falta de asistencia, con las consecuencias que aparecen en el punto anterior.

d) ACTIVIDADES

Las actividades realizadas en clase o a través de la plataforma moodle tendrán un valor conjunto de hasta 5 puntos. Dependiendo del número de actividades realizadas la valoración cambiará por ejemplo si en un parcial se realizan 10 actividades cada una de ellas tendrá un valor de 0,5, puntos si está valorada como que supera lo esperado, 0,25 si es valorada como satisfactoria y 0 si es no satisfactoria. Si la actividad no ha sido realizada se le penalizará al alumno con 0,1 punto por cada actividad no realizada o entregada.

Al final del segundo parcial se hará un trabajo en común con otros módulos para que el alumno tenga una visión integral de todos los contenidos estudiados durante el curso.

Este trabajo será en grupo y se expondrá en el aula. Por este motivo en el segundo parcial las **actividades** tendrán un valor de **1 punto** y el **trabajo final** hasta un máximo de **4 puntos**.

El profesor tendrá en cuenta los siguientes aspectos:

- Aplicación de los conocimientos teóricos adquiridos previamente.
- Utilización correcta de los equipos y materiales específicos.
- Realización del trabajo de forma sistemática siguiendo un orden lógico de operaciones.
- Presentación de los resultados en fechas previstas con anterioridad.
- Destreza.
- Tiempo empleado.
- Resultado final del proceso del trabajo
- Presentación física del trabajo.
- Capacidad de exposición del trabajo.

4.5.- CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Los criterios de calificación son los descritos en el apartado 4.1 y desarrollados en los apartados siguientes.

- En cada una de las pruebas escritas constará siempre los criterios de corrección y la valoración de cada una de las preguntas y partes del examen.

- En todas las pruebas escritas las faltas de ortografía restan 0,1 por cada una de ellas, hasta un máximo de 2 puntos.
- Una nota con decimales igual o superior a $_ ,5$ se redondeará hacia arriba de tal modo que 4,5 equivale en la evaluación a 5.

5.- MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS.

- Apuntes tomados por los alumnos de la explicación en clase.
- Apuntes resumen aportados por el profesor.
- Tutoriales y links de los temas tratados en clase.
- Vídeos de tienda virtual
- Artículos de Revistas diversas sobre el comercio electrónico.
- Equipos y Programas informáticos.
- Plataforma Moodle para la realización de algunas actividades.
- Pizarra.
- Proyector.

6. PREVENCIÓN RIESGOS LABORALES

(Para aquellos departamentos de Familia Profesional con módulos donde esto se justifique)

| 7.- PROGRAMACIÓN DE AULA. RELACIÓN SECUENCIADA DE LAS UNIDADES DE TRABAJO | | | | | | | |
|--|----------------------|--------------------|-------------------------------|-------------------------------------|---|-------------------------|------|
| EVALUACIÓN PRIMERA | | | OBJETIVOS DEL CICLO ASOCIADOS | RESULTADOS DE APRENDIZAJE ASOCIADOS | COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES | CRITERIOS DE EVALUACIÓN | |
| TOTAL HORAS PRIMERA EVALUACIÓN: 65 | | | | | | | |
| UNIDAD DIDÁCTICA Nº 1 | | | | k,l,q,r,s,t | RA1 | g | a, e |
| PLAN DE MARKETING DIGITAL CONTENIDOS: <ul style="list-style-type: none"> • Marketing digital: características, pasos, herramientas, desafíos y logística en el marketing digital. • Las relaciones con los clientes: características de un consumidor on-line; la desconfianza entre un comprador y un vendedor; programas de fidelización; herramientas. • Confianza en los medios de pago y seguridad: medios de pago más utilizados; sellos de confianza; precauciones en el momento de realizar una compra on-line; fraudes en el momento de realizar un compra on-line; fraudes en internet; obligaciones de los comercios on-line; obligaciones en materia de protección de datos. | | | | | | | |
| Nº horas teóricas: 5 | Nº horas prácticas 5 | Total horas UD1:10 | | | | | |
| ACTIVIDADES ENSEÑANZA / APRENDIZAJE / EVALUACIÓN | | | | | | | |
| 1 -Explicación por parte del profesor 2 -Realización de actividades relacionadas con el tema utilizando la plataforma Moodle. 3.-Búsqueda de las leyes que afectan a las acciones del marketing digital, mediante los buscadores. | | | | | | | |

| EVALUACIÓN PRIMERA | | | OBJETIVOS DEL CICLO ASOCIADOS | RESULTADOS DE APRENDIZAJE ASOCIADOS | COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES | CRITERIOS DE EVALUACIÓN |
|---|-----------------------|---------------------|-------------------------------|-------------------------------------|---|-------------------------|
| TOTAL HORAS PRIMERA EVALUACIÓN: 65 | | | | | | |
| UNIDAD DIDÁCTICA Nº 2: APLICACIÓN DE LAS HERRAMIENTAS DEL MARKETING DIGITAL CONTENIDOS: <ul style="list-style-type: none"> • Marketing en buscadores: SEO; SEM; campañas en las páginas de buscadores afines. • Marketing de afiliación y cross marketing. • Marketing relacional y la gestión de la relación con los clientes • Marketing viral y marketing one to one. • Comunidades virtuales y one-line networking. • RSS (sindicación de contenidos y licencias. • Aplicaciones de marketing móvil y TDT. • Internet TV, videoblogs y web TV • Sistemas de publicidad poco aconsejables. | | | k,l,q,r,s,t | RA1 | g | b,c,d,f,g |
| Nº horas teóricas: 5 | Nº horas prácticas: 5 | Total horas UD2: 10 | | | | |
| ACTIVIDADES ENSEÑANZA / APRENDIZAJE / EVALUACIÓN | | | | | | |
| 1 -Explicación por parte del profesor 2 -Realización de actividades relacionadas con el tema utilizando la plataforma Moodle. 3.-Búsqueda de las leyes que afectan a las acciones del marketing digital, mediante los buscadores. 4.- Realizar publicidad on line mediante la normativa existente. 5.- Relación con los clientes. | | | | | | |

| EVALUACIÓN PRIMERA | | | OBJETIVOS DEL CICLO ASOCIADOS | RESULTADOS DE APRENDIZAJE ASOCIADOS | COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES | CRITERIOS DE EVALUACIÓN |
|--|-----------------------|--------------------|-------------------------------|-------------------------------------|---|-------------------------|
| TOTAL HORAS PRIMERA EVALUACIÓN: 65 | | | | | | |
| UNIDAD DIDÁCTICA Nº 3 CÓMO DISEÑAR UNA TIENDA ON-LINE: CONTENIDOS: <ul style="list-style-type: none"> • Tienda virtual: características y funciones de las tiendas electrónicas; la idea de negocio; catálogo de productos; escaparate web; carrito de compras; control logístico de las mercancías vendidas. • Periodo de reflexión y cancelación: atención al cliente y servicio potventa; la reclamación: • Modelos de negocio electrónico: E-shop; E-mailing; E-procurement; E-marketplace; E-auction. • Tipos de comercio electrónico: Empresa-empresa (B2B); Empresas-clientes (B2C); otros. • Selección y registro de dominio: presencia exclusiva; presencia compartida y páginas web gratuitas. | | | k,l,q,r,s,t | RA2 | g,m,n,ñ | a,b,c,d,e,f,g |
| Nº horas teóricas: 4 | Nº horas prácticas 11 | Total horas UD3:15 | | | | |
| ACTIVIDADES ENSEÑANZA / APRENDIZAJE / EVALUACIÓN | | | | | | |
| 1.- Explicación de los elementos de la tienda. 2.- Analizar una página y los distintos elementos 3.- Establecer e identificar los elementos necesarios para la tienda online. 4.- Registro de dominios 5.- Simular un catálogo electrónico con los elementos necesarios para la venta. 6.- Uso de la plataforma moodle para la realización de las actividades. | | | | | | |

| EVALUACIÓN PRIMERA | | | OBJETIVOS DEL CICLO ASOCIADOS | RESULTADOS DE APRENDIZAJE ASOCIADOS | COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES | CRITERIOS DE EVALUACIÓN |
|---|-----------------------|--------------------|-------------------------------|-------------------------------------|---|-------------------------|
| TOTAL HORAS PRIMERA EVALUACIÓN: 65 | | | | | | |
| UNIDAD DIDÁCTICA Nº 4 MANTENIMIENTO DE LA PÁGINA WEB (I) CONTENIDOS: <ul style="list-style-type: none"> • Estructurar una página web: tipos de estructuras; clasificación de las páginas web. • Lenguaje HTML: historia y evolución de HTML; crear una página web; notepad. • Creación de página web. • Elección del servidor para alojar páginas web: características de los servidores; tipos de alojamientos web. • Publicación de páginas web vía FTP: filezilla. | | | k,l,q,r,s,t | RA3 | g,m | a,c,d,e,f,g |
| Nº horas teóricas: 3 | Nº horas prácticas 12 | Total horas UD4:10 | | | | |
| ACTIVIDADES ENSEÑANZA / APRENDIZAJE / EVALUACIÓN | | | | | | |
| 1.-Explicación del profesor. 2.- Realización de actividades, relacionadas con el tema explicado, a través de la plataforma Moodle. 3.- Mediante una plataforma en HTLM analizar y cambiar distintos elementos. | | | | | | |

| EVALUACIÓN PRIMERA | | | OBJETIVOS DEL CICLO ASOCIADOS | RESULTADOS DE APRENDIZAJE ASOCIADOS | COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES | CRITERIOS DE EVALUACIÓN |
|---|------------------------|---------------------|-------------------------------|-------------------------------------|---|-------------------------|
| TOTAL HORAS PRIMERA EVALUACIÓN: 65 | | | | | | |
| <p align="center">UNIDAD DIDÁCTICA Nº 5</p> <p>MANTENIMIENTO DE LA PÁGINA WEB (II)</p> <p align="center">poner título del tema)</p> <p>CONTENIDOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Catálogo on-line: ficha del producto; estructuración; características de un catálogo on-line. • Zona caliente. • Zona de usuario. • Ofertas y promociones. • El carrito de la compra on-line. • Programas de diseño gráfico y otras utilidades. Giimp; Amaya; CompoZer. • Posicionamiento en las redes sociales: Cómo utilizar las redes sociales; cómo crear un banner; características de la publicidad en internet. • Gestor de banners y publicidad: cómo se crea un banner; • Newsletter: servicios gratuitos para gestionar newsletters • Seguridad en internet: riesgos en los sistemas informáticos. | | | k,l,q,r,s,t | RA3 | g,k,l | a,c,d,e,f,g |
| Nº horas teóricas: 5 | Nº horas prácticas: 15 | Total horas UD5: 20 | | | | |
| ACTIVIDADES ENSEÑANZA / APRENDIZAJE / EVALUACIÓN | | | | | | |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Explicación del profesor. 2. Actividades de asimilación de la explicación del profesor a través de la plataforma moodle. 3. Ejercicios sobre las zonas calientes y zonas de usuarios de la página web. 4. Actividades de promociones, de banners y publicidad en la página web. | | | | | | |

| EVALUACIÓN SEGUNDA | | | OBJETIVOS DEL CICLO ASOCIADOS | RESULTADOS DE APRENDIZAJE ASOCIADOS | COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES | CRITERIOS DE EVALUACIÓN |
|---|----------------------|--------------------|-------------------------------|-------------------------------------|---|-------------------------|
| TOTAL HORAS SEGUNDA EVALUACIÓN: 35 | | | | | | |
| <p style="text-align: center;">UNIDAD DIDÁCTICA Nº 6</p> <p>RELACIONES CON OTROS USUARIOS DE LA RED</p> <p>CONTENIDOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La comunicación on-line • Servicio de mensajería instantánea: aplicaciones de telefonía móvil; telefonía por internet; Los foros. Leer y escribir en un foro. • Los grupos de discusión. • Weblogs, blogs o bitácoras. | | | k,l,q,r,s,t | RA4 | g | a,b,c,d,e, |
| Nº horas teóricas: 2 | Nº horas prácticas 3 | Total horas UD6: 5 | | | | |
| ACTIVIDADES ENSEÑANZA / APRENDIZAJE / EVALUACIÓN | | | | | | |
| <p>1.- Realizar un trabajo en equipo, simulando los elementos necesarios para la comunicación entre los distintos miembros del grupo, enviándose datos mediante redes sociales y buscar otros grupos de su interés.</p> <p>2.- Trabajar y buscar información mediante foros.</p> <p>3.- Publicar su blog, simulando una empresa.</p> | | | | | | |

| EVALUACIÓN SEGUNDA | | | OBJETIVOS DEL CICLO ASOCIADOS | RESULTADOS DE APRENDIZAJE ASOCIADOS | COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES | CRITERIOS DE EVALUACIÓN |
|---|-----------------------------|---------------------------|-------------------------------|-------------------------------------|---|-------------------------|
| TOTAL HORAS SEGUNDA EVALUACIÓN: 35 | | | | | | |
| UNIDAD DIDÁCTICA Nº 7 | | | | | | |
| REDES SOCIALES: | | | | | | |
| CONTENIDOS: | | | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Redes sociales: redes sociales para empresa; clasificación; plataforma de las redes sociales. • Añadir elementos en una red social: mensajes en el muro; compartir mensajes; responder y borrar mensajes del muro; crear perfiles; utilizar elementos fotográficos y audiovisuales. • Añadir aplicaciones profesionales: organizar eventos; realizar encuestas. • Cómo buscar un grupo interesante: LinkedIn; cómo unirse a un grupo de Facebook. • Crear una red de contactos influyentes: gestionar equipos de trabajo. • Comprar y vender en las redes sociales: botón comprar. | | | k,l,q,r,s,t | RA4 | g | a,b |
| Nº horas teóricas: 5 | Nº horas prácticas 5 | Total horas UD7:10 | | | | |
| ACTIVIDADES ENSEÑANZA / APRENDIZAJE / EVALUACIÓN | | | | | | |
| 1.- Explicación por parte del profesor. 2.- Realización de actividades de asimilación de lo explicado en clase haciendo uso de la plataforma moodle. 3.- Realizar un trabajo en equipo, simulando los elementos necesarios para la comunicación entre los distintos miembros del grupo, enviándose datos mediante redes sociales y buscar otros grupos de su interés. 4.- Trabajar y buscar información mediante foros. | | | | | | |

| EVALUACIÓN SEGUNDA | | | OBJETIVOS DEL CICLO ASOCIADOS | RESULTADOS DE APRENDIZAJE ASOCIADOS | COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES | CRITERIOS DE EVALUACIÓN |
|---|-----------------------|--------------------|-------------------------------|-------------------------------------|---|-------------------------|
| TOTAL HORAS SEGUNDA EVALUACIÓN: 35 | | | | | | |
| <p align="center">UNIDAD DIDÁCTICA Nº 8</p> <p>UTILIZACIÓN DE ENTORNOS WEB 2.0</p> <p>CONTENIDOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Web 2.0 concepto, herramientas y características; Objetivos que hay que alcanzar; herramientas del marketing on-line utilizadas en la Web 2.0 • Reputación corporativa on-line: Google • Funcionalidades: opiniones y foros de usuarios. • Fundamentos de los blogs y microblogs • Redes sociales que integran a los consumidores como prescriptores. • Los consumidores como participantes activos. (prosumidores) • Webs integradas: comparadores de precios, webs de subastas; comparadores de precios; webs de subastas. | | | k,l,q,r,s,t | RA5 | g,m | a,b,c,d,e, |
| Nº horas teóricas: 2 | Nº horas prácticas: 3 | Total horas UD8: 5 | | | | |
| ACTIVIDADES ENSEÑANZA / APRENDIZAJE / EVALUACIÓN | | | | | | |
| 1.- Explicación por parte del profesor. 2.- Realización de actividades de asimilación de lo explicado en clase haciendo uso de la plataforma moodle. 3.- Realización de tareas para fomentar la presencia de la empresa: en su propia web, en buscadores, redes sociales, blogs, chats y foros, entre otros. 4.- Selección de las acciones necesarias para integrar el comercio electrónico con funcionalidades propias de la web 2.0 | | | | | | |

| EVALUACIÓN SEGUNDA | | | OBJETIVOS DEL CICLO ASOCIADOS | RESULTADOS DE APRENDIZAJE ASOCIADOS | COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES | CRITERIOS DE EVALUACIÓN |
|---|-----------------------------|----------------------------|-------------------------------|-------------------------------------|---|-------------------------|
| TOTAL HORAS SEGUNDA EVALUACIÓN: 35 | | | | | | |
| UNIDAD DIDÁCTICA Nº 9: | | | | | | |
| CONTENIDOS: Supuesto práctico de simulación conteniendo todo lo aprendido en este módulo. | | | Todos | Todos | Todos | Todos |
| Nº horas teóricas: 0 | Nº horas prácticas:5 | Total horas UD9: 15 | | | | |
| ACTIVIDADES ENSEÑANZA / APRENDIZAJE / EVALUACIÓN | | | | | | |
| | | | | | | |

ANEXO I: PROGRAMACIÓN FP DUAL

| MÓDULO PROFESIONAL DE COMERCIO ELECTRÓNICO | | |
|--|---|--|
| FORMACIÓN INICIAL (12 semanas del 15 septiembre al 31 de octubre) | | |
| RESULTADOS DE APRENDIZAJE | ACTIVIDADES | CRITERIOS DE EVALUACIÓN |
| <p>RA1. Aplica las directrices del plan de marketing digital de la empresa, participando en su ejecución y sostenimiento.</p> | <p>Búsqueda de las leyes que afectan a las acciones del marketing digital, mediante los buscadores.</p> | <p>a) Se han examinado las características generales y particulares de un plan de marketing digital capaz de alcanzar los objetivos comerciales de la empresa.</p> <p>b) Se han ejecutado los procesos de posicionamiento y marketing online.</p> <p>c) Se han ejecutado los procesos de publicidad y promoción online ajustados a la normativa legal existente.</p> <p>d) Se han identificado los elementos que configuran el marketing de buscadores.</p> <p>e) Se han evaluado los desafíos del marketing electrónico: la confianza en los medios de pago, los problemas logísticos y la seguridad.</p> <p>f) Se han gestionado electrónicamente las relaciones con los clientes, definiendo el programa de delización y las herramientas que se van a utilizar.</p> <p>g) Se han reconocido las nuevas tendencias de comunicación y relación con el cliente en el marketing digital.</p> |

**FORMACIÓN EN ALTERNANCIA EN LA EMPRESA
(20 semanas del 1 noviembre al 15 de marzo)**

| RESULTADOS DE APRENDIZAJE | ACTIVIDADES | CRITERIOS DE EVALUACIÓN |
|---|---|--|
| <p>RA2. Realiza las acciones necesarias para efectuar ventas online, aplicando las políticas de comercio electrónico definidas por la empresa.</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Detectar las necesidades de los clientes y satisfacer sus necesidades siguiendo las pautas marcadas por la empresa. - Realizar el seguimiento de la venta hasta comprobar la satisfacción de los clientes. | <ul style="list-style-type: none"> a) Se han establecido los parámetros necesarios para crear o adaptar un negocio online. b) Se han definido acciones de captación de clientes enfocadas al comercio electrónico. c) Se han identificado los modelos de negocio convencionales y electrónicos existentes en la red. d) Se ha diseñado una tienda virtual. e) Se ha planificado la gestión de los pedidos recibidos y todo el proceso logístico. f) Se han establecido los medios de pago que se van a utilizar. g) Se han seleccionado los sistemas de seguridad que garanticen la privacidad e invulnerabilidad de las operaciones. |

**FORMACIÓN EN ALTERNANCIA EN EL CENTRO EDUCATIVO
(20 semanas del 11 de noviembre al 15 de marzo)**

| RESULTADOS DE APRENDIZAJE | ACTIVIDADES | CRITERIOS DE EVALUACIÓN |
|---|---|---|
| <p>RA3. Realiza el mantenimiento de la página web corporativa, la tienda electrónica y el catálogo online, utilizando aplicaciones informáticas y lenguajes específicos.</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Realizar una estructura de una página web corporativa, empleando lenguaje HTML. - Construir una página web eficiente para el comercio electrónico. - Intentar elegir el servidor adecuado para alojar la página web corporativa. - Simular una publicación de página web vía FTP. - Modificación del contenido. - Carrito de la compra on-line - Seleccionar las zonas calientes y las de usuario. - Gestionar los banners y publicidad. | <ul style="list-style-type: none"> a) Se han redactado sentencias en lenguaje de etiquetas de hipertexto (HTML). b) Se han utilizado programas comerciales para crear los cheros que componen las páginas web. c) Se ha registrado la dirección de páginas web con dominio propio o con alojamiento gratuito. d) Se han enviado los cheros web creados al servidor de Internet mediante programas especializados en esta tarea. e) Se han utilizado programas específicos de inclusión de textos, imágenes y sonido. f) Se ha construido una página web eficiente para el comercio electrónico. g) Se han incluido en la web enlaces de interés capaces de generar tráfico orientado e interesado en lo que se ofrece. |
| <p>RA4. Establece foros de comunicación entre usuarios, utilizando las redes sociales de ámbito empresarial.</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Analizar los grupos de conversación o chat. - Analizarla mensajería instantánea. - Crear un foro en la plataforma moodle y leer y escribir en el foro. - Crear un grupo de discusión. - Weblogs, blogs o bitácoras. | <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 propuesto temas de contenido profesional a través de blogs temáticos. e) Se han establecido contactos sobre temas concretos a través de blogs temáticos de |

| | | |
|---|---|--|
| | | <p>contenido profesional.</p> <p>f) Se han efectuado comunicaciones, publicidad y ventas con otros usuarios de la red a través de redes sociales.</p> <p>g) Se han generado contenidos audiovisuales y fotográficos de la actividad, productos y procesos comerciales.</p> |
| <p>RA5. Utiliza entornos de trabajo dirigidos al usuario final (Web 2.0), integrando herramientas informáticas y recursos de Internet.</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Definir modelos y funcionalidades de la Web 2.0 - Aplicar resultados obtenidos en el entorno Web 2.0 - Realizar las tareas necesarias para que la empresa esté presente no sólo en su sitio web, sino también en buscadores, redes sociales, blogs, chats, foros, etc. - Realizar selecciones de acciones necesarias para integrar las funciones de la Web 2.0 en el comercio electrónico. | <p>a) Se han definido los modelos y funcionalidades Web 2.0. existentes en la red.</p> <p>b) Se han utilizado los recursos gratuitos y libres incluidos en los sitios Web 2.0.</p> <p>c) Se han aplicado los resultados obtenidos en el entorno Web 2.0 mediante la información (feedback) proporcionada por los usuarios.</p> <p>d) 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.</p> <p>e) Se han seleccionado las acciones necesarias para integrar el comercio electrónico con funcionalidades propias de la Web 2.0.</p> |