

Módulo:	COMERCIO ELECTRÓNICO
CURSO:	2025 / 2026

Departamento:	COMERCIO
Ciclo formativo:	ACTIVIDADES COMERCIALES
Profesores:	JUAN DE DIOS MARÍN

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	4
1.1. PRESENTACIÓN DEL MÓDULO PROFESIONAL.....	4
1.2. MARCO LEGISLATIVO	4
1.3. ENTORNO PROFESIONAL DEL TÍTULO.....	5
2. CONTEXTO	7
2.1. CONTEXTO SOCIOECONÓMICO	7
3. PERFIL PROFESIONAL.....	7
3.1. COMPETENCIA GENERAL DEL TÍTULO	7
3.2. COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES	7
4. OBJETIVOS	9
4.1. OBJETIVOS GENERALES DEL CICLO QUE SE TRABAJAN EN EL MÓDULO.....	9
4.2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE	8
5. CONTENIDOS	17
5.1. TEMPORALIZACIÓN DE CONTENIDOS	17
5.2. SECUENCIACIÓN DE CONTENIDOS	17
5.3. ELEMENTOS TRANSVERSALES DEL CURRÍCULO	22
5.3.1. ÁREAS DE INTERÉS EN LA FP.....	22
5.3.2. EDUCACIÓN EN VALORES	22
6. METODOLOGÍA.....	27
6.1. LINEAS DE ACTUACIÓN	27
6.2. ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE	27
6.3. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS	28
6.4. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES	28
6.5. MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS	29
6.6. BIBLIOGRAFÍA	30
6.6.1. BIBLIOGRAFÍA DE DEPARTAMENTO	30
6.6.2. BIBLIOGRAFÍA DE AULA	30
7. EVALUACIÓN	31
7.1. ¿QUÉ, CUÁNDO Y CÓMO EVALUAR ?	31
7.2. CALIFICACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN	31
7.2.1. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN	31
7.3. RECUPERACIÓN Y MEJORA DE CALIFICACIÓN	36
8. ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD	64

 GOBIERNO DE ESPAÑA	 MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE	PLANIFICACIÓN DOCENTE		IES VIRGEN DEL CARMEN		 INSTITUTO DE EDUCACIÓN RESPONSABLE DE CALIDAD DE ANÁLISIS
		PROGRAMACIÓN		Paseo de la Estación nº 44. 23008 Jaén Tel. 953366942 – Fax: 953366944 www.iesvirgendelcarmen.com		
		MD850202	Rev. 7	21/10/23	Página 3 de 69	

1. INTRODUCCIÓN

En el contexto del actual sistema educativo (LOMLOE, Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre), la programación es la planificación del proceso de enseñanza y el aprendizaje. Es decir, programar es planificar, concretar y secuenciar los distintos elementos curriculares, partiendo de la normativa propuesta por la administración educativa, en el marco de la autonomía pedagógica a través de la herramienta de planificación docente, reguladas por el Decreto 327/2010 (Plan de Centro: Proyecto Educativo, Proyecto de Gestión y ROF).

Una programación minimiza la necesidad de improvisación en el aula y evita el azar a la vez que atiende a las necesidades y características específicas del alumnado.

La eficacia de la programación didáctica como instrumento de planificación de la actividad en el aula dependerá de la adecuación al contexto, la concreción al currículo oficial, el nivel de flexibilidad que presenta y que sea factible, es decir, viable.

La finalidad de esta programación será la consecución de las capacidades propuestas en los objetivos del currículo y la adquisición de las competencias profesionales, personales y sociales. Por lo tanto, esta programación de 2º del **ACTIVIDADES COMERCIALES**, del módulo de **COMERCIO ELECTRÓNICO**, se ha realizado de acuerdo a los objetivos y contenidos de la normativa vigente.

La programación educativa se concreta en tres niveles denominados niveles de concreción curricular que, según la propuesta de César Coll (2012), son los siguientes:

- **Currículo:** Es dado por la administración educativa.
- **Programación Didáctica:** Se incluye en el Proyecto Educativo y hace referencia a las líneas generales de programación para el curso.
- **Programación de aula:** Es la concreción y secuenciación del currículo a nivel de aula, pormenoriza los elementos curriculares y establece los ejercicios, actividades y tareas a desarrollar.

En los distintos niveles de programación se debe tener en cuenta las fuentes epistemológica, sociológica, pedagógica y psicológica.

En esta programación didáctica se desarrollan objetivos, contenidos, competencias profesionales, personales y sociales, metodología, criterios de evaluación y resultados de aprendizaje evaluables, así como la atención a la diversidad y a las necesidades específicas de apoyo educativo.

1.1. PRESENTACIÓN DEL MÓDULO PROFESIONAL

Esta programación didáctica estructura la enseñanza correspondiente al módulo de nombre del módulo correspondiente al 1º curso de COMERCIO INTERNACIONAL.

Dicho ciclo de formación profesional tiene una duración de 2000 horas.

Este ciclo formativo dispone de una organización modular. El módulo de nombre del módulo se imparte en el primer/segundo curso. Dispone de una carga lectiva de **64 horas** que se distribuyen a razón de **2 horas semanales**.

1.2. MARCO LEGISLATIVO

La Constitución Española de 1978 establece en su artículo 27 el derecho universal a la educación que queda también regulado en la Ley Orgánica del Derecho a la Educación (LODE, 1985). Asimismo, el Estatuto Andalúz del 2007 garantiza a través del artículo 21 que esta educación será permanente y de carácter compensatorio. Sobre estas bases, el Sistema Educativo se ordena a través de la **Ley de Educación LOMLOE, Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre**, que se publicó en el BOE de 30 de diciembre de 2020 y por la

 GOBIERNO DE ESPAÑA	 MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE	PLANIFICACIÓN DOCENTE		IES VIRGEN DEL CARMEN		 INSTITUTO DE EDUCACIÓN RESPONSABLE DE CALIDAD DE ANÁLISIS
		PROGRAMACIÓN		Paseo de la Estación nº 44. 23008 Jaén Tel. 953366942 – Fax: 953366944 www.iesvirgendelcarmen.com		
		MD850202	Rev. 7	21/10/23	Página 4 de 69	

que se modifica la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo de Educación (LOE), modificada por la Ley Orgánica 8/2013 de Mejora de la Calidad Educativa (LOMCE). En el caso concreto de Andalucía, esta concreción se hace a través de la Ley de Educación de Andalucía (LEA 17/2007).

Esta programación se basa también en el **RD. 1147/11 por el que se establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo** y en **la Ley Orgánica 5/2002, de 19 de junio, de Cualificaciones y Formación Profesional**, a través de las cuales se ha producido una reforma de la Formación Profesional. Además, se tendrán en cuenta 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, así como la **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.

El Ciclo Formativo de nombre del ciclo queda regulado a través del **Real Decreto 1688/2011, por el que se establece el título de denominación del título**, que en Andalucía se ordena a través de la **Orden de 28 de julio de 2015**.

Entre otras cosas, este Real Decreto nos muestra las Unidades de Competencia que se trabajarán en el ciclo formativo, de modo que se relacione de forma efectiva con el mundo laboral. Este es uno de los grandes objetivos del nuevo sistema de la Formación Profesional que pretende que la formación se entienda como una actividad que se desarrolla a lo largo de toda la vida y que se adapta a las situaciones concretas del individuo.

Este objetivo se instrumentaliza a través de la **Ley 5/2002 sobre las Cualificaciones y la Formación Profesional**, que basándose en el mercado laboral actual, construye las Cualificaciones Profesionales y las presenta en forma de las Unidades de Competencia necesarias para alcanzarla. Toda esta información junto con el contenido de la formación profesional asociada se organiza en un **Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales regulado por el RD 1128/03**. Estas unidades de competencia se podrán conseguir desde el mundo laboral, a través de los certificados de profesionalidad o desde cualquiera de los subsistemas de la Formación Profesional: la formación profesional del sistema educativo, que es donde nosotros trabajamos, y la formación profesional para el empleo.

Decreto 147/2025, de 17 de septiembre de 2025, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas de los Grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

1.3. Entorno profesional y puestos de trabajo

Las personas que obtienen este título ejercen su actividad en empresas de cualquier sector productivo y principalmente del sector comercio y marketing público y privado, realizando funciones de planificación, organización, gestión y asesoramiento de actividades de comercio.

Estos técnicos pueden trabajar por cuenta propia, gestionando su empresa y realizando actividades de comercio internacional, o trabajar por cuenta ajena en el departamento de comercio internacional en los subsectores de:

- En establecimientos comerciales pequeños, medianos o grandes trabaja por cuenta ajena en las diferentes secciones comerciales.
- En la comercialización de productos y servicios por cuenta propia y ajena fuera del establecimiento comercial.
- En el departamento comercial de pymes y empresas industriales.
- En el departamento de atención al cliente/consumidor/usuario de organismos

 GOBIERNO DE ESPAÑA	 MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE	PLANIFICACIÓN DOCENTE		IES VIRGEN DEL CARMEN		 INSTITUTO DE EDUCACIÓN RESPONSABLE DE CALIDAD DE ANÁLISIS
		PROGRAMACIÓN		Paseo de la Estación nº 44. 23008 Jaén Tel. 953366942 – Fax: 953366944 www.iesvirgendelcarmen.com		
		MD850202	Rev. 7	21/10/23	Página 5 de 69	

públicos.

- En empresas industriales y comerciales grandes y medianas.
- En el sector del comercio al por menor.

Las ocupaciones y puestos de trabajo más relevantes son los siguientes:

- Vendedor.
- Vendedor/a técnico/a.
- Representante comercial.
- Orientador/a comercial.
- Promotor/a.
- Televendedor/a.
- Venta a distancia.
- Teleoperador/a (call center).
- Información/atención al cliente.
- Cajero/a o reponedor/a.
- Operador de contact-center.
- Administrador de contenidos online.
- Comerciante de tienda.
- Gerente de pequeño comercio.
- Técnico en gestión de stocks y almacén.
- Jefe de almacén.
- Responsable de recepción de mercancías.
- Responsable de expedición de mercancías.
- Técnico en logística de almacenes.
- Técnico de información/atención al cliente en empresas.

Las funciones de este técnico en el puesto de trabajo destacarán por la utilización de nuevas tecnologías para tareas administrativas y gestión de actividades, que se aplican en:

- Procesos de planificación, organización, gestión y control de actividades de comercio.
- Procesos de gestión administrativa del comercio.
- Procesos de comercialización de los productos y servicios.
- Comunicación con el cliente y proveedores, para el tratamiento y análisis de la información recibida.
- Control de calidad de los servicios prestados y métodos de organización del trabajo.

 GOBIERNO DE ESPAÑA  MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE  JUNTA DE ANDALUCÍA  FUNDACIÓN SOCIAL EUROPEA  IESCA	PLANIFICACIÓN DOCENTE		IES VIRGEN DEL CARMEN	
	PROGRAMACIÓN		Paseo de la Estación nº 44. 23008 Jaén Tel. 953366942 – Fax: 953366944 www.iesvirgendelcarmen.com	
	MD850202	Rev. 7	21/10/23	Página 6 de 69

2. CONTEXTO

Una de las características de la ley educativa, es que se proporciona autonomía pedagógica a los centros educativos para adaptar la enseñanza de los ciclos formativos a la realidad social y económica del centro donde se impartirán.

Si bien el contexto socioeconómico se trata ampliamente en el Proyecto Educativo, se señala en este apartado el marco socioeconómico, así como el tipo de alumnado al que se dirige esta programación didáctica.

2.1. CONTEXTO SOCIOECONÓMICO

El actual modelo curricular, abierto y flexible, posibilita adecuar la programación didáctica a distintos contextos educativos teniendo en cuenta las características del entorno escolar del Centro y de los alumnos y alumnas.

Esta programación se ha elaborado considerando el siguiente contexto educativo: un centro docente donde se imparte el ciclo formativo superior de Comercio Internacional, situado en Jaén, una ciudad de aproximadamente 110.000 habitantes. El centro se encuentra en una zona habitada por una población de clase media/alta mayoritariamente.

Fruto de la transformación digital en la que estamos inmersos no solo surgen nuevos sectores económicos, sino también nuevas profesiones que van ganando peso en la estructura organizativa de las compañías a medida que las nuevas tecnologías entran en todos sus departamentos. Es por ello que cada día más, las empresas situadas en las proximidades del centro educativo requieren de personal cualificado del que se forma en este ciclo.

3.- PERFIL PROFESIONAL

3.1- COMPETENCIAS GENERALES DEL TÍTULO

Legislación Nacional y Autonómica

1. Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación (LOE).
 2. Ley de Educación de Andalucía 17/2007 (LEA)
 3. **Real Decreto 1147/2011** de 29 de julio, por el que se establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo.
 4. **Real Decreto 1574/2011**, de 4 de noviembre, por el que se establece el título de técnico superior en comercio internacional. Adaptado en **Orden de 11 de marzo de 2013**, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título.
1. D. 327/2010 de 13 de julio por el que se aprueba el reglamento orgánico de los IES.

 GOBIERNO DE ESPAÑA	 MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE	PLANIFICACIÓN DOCENTE		IES VIRGEN DEL CARMEN		 INSTITUTO DE EDUCACIÓN RESPONSABLE DE CALIDAD DE ANÁLISIS
		PROGRAMACIÓN		Paseo de la Estación nº 44. 23008 Jaén Tel. 953366942 – Fax: 953366944 www.iesvirgendelcarmen.com		
		MD850202	Rev. 7	21/10/23	Página 7 de 69	

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.

La competencia general de este título consiste en gestionar los procesos de importación/exportación e introducción/expedición de mercancías, aplicando la legislación vigente, en el marco de los objetivos y procedimientos establecidos.

2. Competencias profesionales, personales y sociales

La orientación pedagógica del módulo indica que la formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales b), ñ), o), p), q), r), s), t), u), v) y w) del ciclo formativo, y las competencias b), m), n), ñ), o), p), q), r) y s) del título.

Además de valorar la importancia de la formación dirigida a la adquisición de conocimientos técnico-científicos, hay una serie de competencias personales y sociales que se asocia más a otras conductas y a otras actitudes de las personas, que también debemos formar. Estas competencias son transversales porque afectan a todos sectores de la actividad, a muchos lugares de trabajo, en distintos contextos y, lo que es más relevante, están muy en sincronía con las nuevas necesidades y las nuevas situaciones laborales.

Objetivos del ciclo (RD 1688/2011)

- 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.*

Competencias profesionales, personales y sociales (RD 1688/2011)

- 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.
- c) Realizar la venta de productos y/o servicios a través de los distintos canales de comercialización, utilizando las técnicas de venta adecuadas a la tipología del cliente y a los criterios establecidos por la empresa.
- 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.

 GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE	 JUNTA DE ANDALUCÍA CONSEjería de EDUCACIÓN	 FONDO SOCIAL EUROPEO "El FSE invierte en tu futuro"	PLANIFICACIÓN DOCENTE		IES VIRGEN DEL CARMEN		 INSTITUTO DE EDUCACIÓN RESPONSABLE DE CALIDAD DE ANALÍTICA
			PROGRAMACIÓN		Paseo de la Estación nº 44. 23008 Jaén Tel. 953366942 – Fax: 953366944 www.iesvirgendelcarmen.com		
			MD850202	Rev. 7	21/10/23	Página 8 de 69	

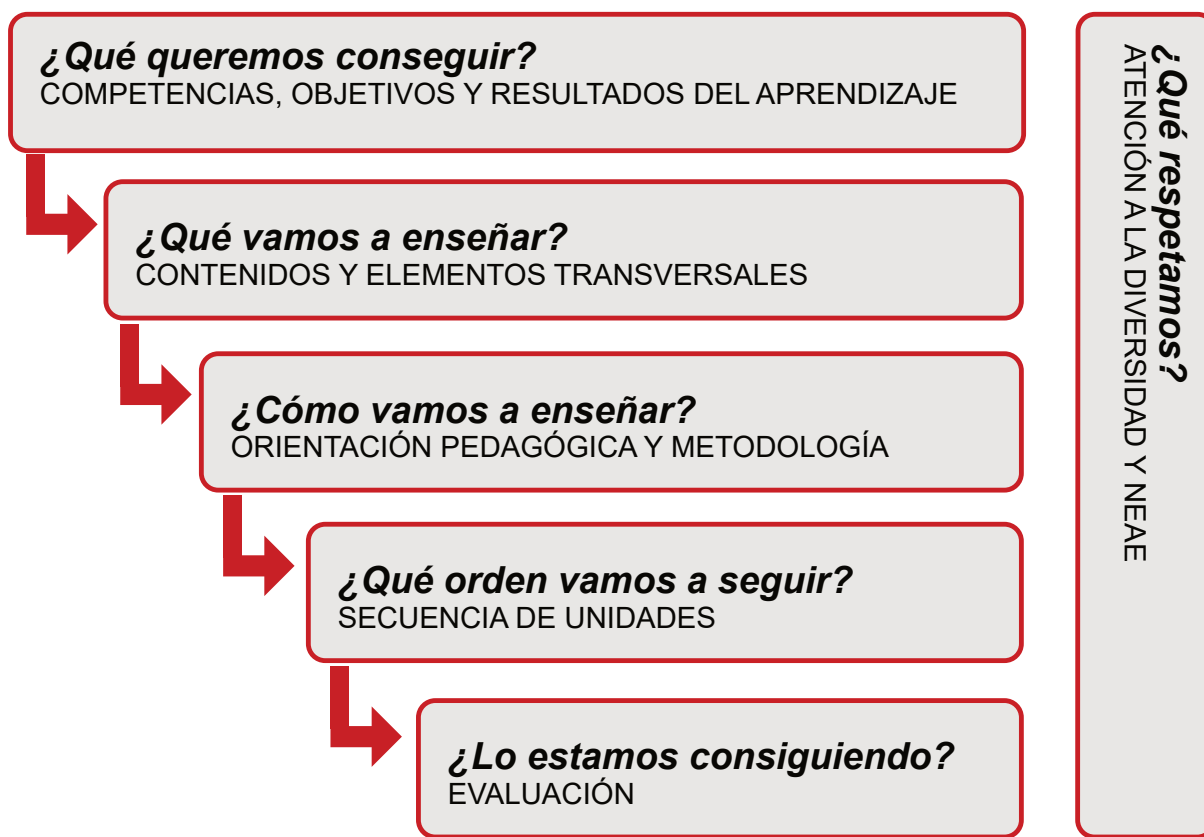
4. OBJETIVOS

Los objetivos educativos expresan el nivel de desarrollo que se espera alcance el alumnado como consecuencia de la intervención educativa y se expresan en términos de competencias, es decir, que la meta educativa no debe ser que el alumnado aprenda meros datos, sino que sean capaces de manejarse con ellos. Toda intervención educativa persigue en última instancia el desarrollo integral del individuo, por ello, el objetivo de la educación es el desarrollo de las competencias.

1.- OBJETIVOS GENERALES

Los objetivos generales del ciclo que están relacionados con el módulo comercio electrónico son los 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.



La evaluación del proceso de enseñanza y aprendizaje va a requerir de unos criterios de evaluación que permitan definir los resultados de aprendizaje, y que concreten lo que el alumnado debe saber, comprender y saber hacer en cada materia. Estos criterios deben ser observables medibles y evaluables y permitir graduar el rendimiento o logro alcanzado. El sector del comercio internacional contribuye notablemente al crecimiento del PIB del país, existiendo una relación directa entre comercio y desarrollo. Durante los últimos años se ha producido un significativo incremento de empresas que han iniciado un proceso de internacionalización, que se ha generalizado a prácticamente todos los sectores productivos, provocando así una mayor demanda de trabajadores con una adecuada formación en comercio internacional.

Los cambios tecnológicos de carácter digital que se han producido a nivel mundial ha provocado un flujo de información que debe ser aprovechado por las empresas para generar valor añadido en la calidad de los productos y servicios ofrecidos, así como una mayor eficacia en su relación con otras empresas y/o clientes, entre las que se pueden mencionar:

- El uso generalizado de Internet para realizar comunicaciones y gestiones vía correo electrónico.
- El uso de medios de comunicación seguros para realizar transacciones comerciales y gestión de documentos de forma fiable, segura y confidencial.

 GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE	 JUNTA DE ANDALUCÍA CONSEjería de EDUCACIÓN	 FONDO SOCIAL EUROPEO "El FSE invierte en tu futuro"	PLANIFICACIÓN DOCENTE		IES VIRGEN DEL CARMEN		 INSTITUTO DE EDUCACIÓN RESPONSABLE DE CALIDAD DE ANÁLISIS
			PROGRAMACIÓN		Paseo de la Estación nº 44. 23008 Jaén Tel. 953366942 – Fax: 953366944 www.iesvirgendelcarmen.com		
			MD850202	Rev. 7	21/10/23	Página 10 de 69	

Contenidos curriculares

Según la orden que establece el currículo del ciclo formativo, los contenidos para que el alumno pueda alcanzar las competencias y los objetivos que establecen las enseñanzas amparadas por la LOE son:

Bloque 1: Aplicación de las directrices del plan de marketing digital:

- 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..

Bloque 2: Realización de acciones de compraventa online:

- 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.

 GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE	 JUNTA DE ANDALUCÍA CONSEjería de EDUCACIÓN	 FONDO SOCIAL EUROPEO "El FSE invierte en tu futuro"	PLANIFICACIÓN DOCENTE		IES VIRGEN DEL CARMEN		 INSTITUTO DE EDUCACIÓN RESPONSABLE DE CALIDAD DE ANÁLISIS
			PROGRAMACIÓN		Paseo de la Estación nº 44. 23008 Jaén Tel. 953366942 – Fax: 953366944 www.iesvirgendelcarmen.com		
			MD850202	Rev. 7	21/10/23	Página 11 de 69	

- 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 Money-bookets, 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.
- Períodos de reflexión y cancelaciones.
- La reclamación como instrumento de fidelización del cliente. Métodos para el tratamiento de quejas y reclamaciones on line.

Bloque 3: Realización del mantenimiento de la página web:

- 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.

 GOBIERNO DE ESPAÑA	 MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE	PLANIFICACIÓN DOCENTE		IES VIRGEN DEL CARMEN		 INSTITUTO DE EDUCACIÓN RESPONSABLE DE CALIDAD DE ANÁLISIS
		PROGRAMACIÓN		Paseo de la Estación nº 44. 23008 Jaén Tel. 953366942 – Fax: 953366944 www.iesvirgendelcarmen.com		
		MD850202	Rev. 7	21/10/23	Página 12 de 69	

- Alta en buscadores.
- Link Building-estrategia de links o enlaces.

Bloque 4: Establecimiento de relaciones con otros usuarios de la red:

- 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.

Bloque 5: Utilización de entornos Web 2.0:

- La web 2.0. Concepto y características.
- Objetivos que hay que alcanzar. Transparencia, utilidad, participación y fidelización.
- Funcionalidades. Opiniones y foros de usuario. Feedback de la información.
- Reputación corporativa online. Estrategias y acciones para una campaña de reputación.
- 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.
 - Webs integradas. Comparadores de precios, webs de subastas, sistemas para opinar sobre productos, entre otras.
 - Redes sociales que integran a los consumidores como prescriptores.
 - Los consumidores como participantes activos (prosumidores), opiniones de otros compradores, ofertas cruzadas y comparativas, entre otras.
 - Implementación de estrategias de seguridad informática. Robo de datos, suplantación de identidad y tecnologías antimalware.

Bloque contenidos	RA1	RA2	RA3	RA4	RA5
I					
II					
III					
IV					
V					

Bloque contenidos	CONTENIDO	UNIDADES
Bloque 1: Aplicación de las directrices del plan de marketing digital:	1.1. Desarrollo creativo 1.2. Encontrar una idea singular 1.3. Convertir IDEAS en PROYECTOS 1.4. Plan de Marketing Digital (PMD) 1.5. Plantilla PMD	1. Plan de Marketing y segmentación
Bloque 2: Realización de acciones de compraventa online:	1.6. Comportamiento del cliente Online 1.7. Segmentar y encontrar al público objetivo 1.8. Nuevos modelos relacionales	1. Plan de Marketing y segmentación
Bloque 3: Realización del mantenimiento de la página web:	4.1. Estructura de una página web 4.2. Diseño y optimización de una web 4.3. Gestión de imágenes con GIMP 4.4. Instalación de Wordpress 5.1. El comercio electrónico 5.2. Creación de un comercio electrónico 5.3. Gestión del comercio electrónico	4. Diseño y gestión de una web 5. Diseño de una tienda virtual
Bloque 4: Establecimiento de relaciones con otros usuarios de la red:	3.1. Comunicación en Internet 3.2. Redes sociales y profesionales	3. Redes sociales
Bloque 5: Utilización de entornos Web 2.0:	2.1. Cómo funciona Internet 2.2. Buscadores y navegadores 2.3. Correo electrónico 2.4. Posicionamiento en buscadores 2.5. Analítica WEB 6.1. Facturación electrónica 6.2. Relaciones con organismos públicos 6.3. Seguridad e integridad de los datos	2. Posicionamiento en buscadores. 6. Facturación electrónica y seguridad.

5.- CONTENIDOS

Desarrollo y distribución de los contenidos

Los contenidos, objetivos y capacidades de evaluación, establecidos por la normativa legal, se han desarrollado en once unidades didácticas de la siguiente forma:

RA1. Aplica las directrices del plan de marketing digital de la empresa, participando en su ejecución y sostenimiento.			TRIM		
%	Criterios de evaluación	Ud	1	2	3
2	a) Se han examinado las características generales y particulares de un plan de marketing digital capaz de alcanzar los objetivos comerciales de la empresa.	UT1 Plan de Marketing Digital y Segmentación	x		
2	b) Se han gestionado electrónicamente las relaciones con los clientes, definiendo el programa de fidelización y las herramientas que se van a utilizar.	UT1 Plan de Marketing Digital y Segmentación	x		
2	c) Se han ejecutado los procesos de posicionamiento y marketing online.	UT1 Plan de Marketing Digital y Segmentación	x		
2	d) Se han identificado los elementos que configuran el marketing de buscadores.	UT1 Plan de Marketing Digital y Segmentación	x		
2	e) Se han ejecutado los procesos de publicidad y promoción online ajustados a la normativa legal existente.	UT1 Plan de Marketing Digital y Segmentación	x		
2	f) Se han evaluado los desafíos del marketing electrónico: la confianza en los medios de pago, los problemas logísticos y la seguridad.	UT1 Plan de Marketing Digital y Segmentación	x		
2	g) Se han reconocido las nuevas tendencias de comunicación y relación con el cliente en el marketing digital.	UT1 Plan de Marketing Digital y Segmentación	x		
16	Contribución del RA1 a la calificación final del módulo				

RA2. Realiza las acciones necesarias para efectuar ventas online, aplicando las políticas de comercio electrónico definidas por la empresa.				TRIM		
%	Criterios de evaluación	Ud	1	2	3	
1	a) Se han identificado los modelos de negocio convencionales y electrónicos existentes en la red.	UT1 Plan de Marketing Digital y Segmentación	x			
1	b) Se han establecido los parámetros necesarios para crear o adaptar un negocio online.	UT1 Plan de Marketing Digital y Segmentación	x			
1	c) Se han definido acciones de captación de clientes enfocadas al comercio electrónico.	UT1 Plan de Marketing Digital y Segmentación	x			
1	d) Se ha diseñado una tienda virtual.	UT1 Plan de Marketing Digital y Segmentación	x			
1	e) Se han establecido los medios de pago que se van a utilizar.	UT1 Plan de Marketing Digital y Segmentación	x			
1	f) Se han seleccionado los sistemas de seguridad que garanticen la privacidad e invulnerabilidad de las operaciones.	UT1 Plan de Marketing Digital y Segmentación	x			
1	g) Se ha planificado la gestión de los pedidos recibidos y todo el proceso logístico.	UT1 Plan de Marketing Digital y Segmentación	x			
7	Contribución del RA2 a la calificación final del módulo					

 GOBIERNO DE ESPAÑA	 MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE	PLANIFICACIÓN DOCENTE		IES VIRGEN DEL CARMEN		 INSTITUTO DE EDUCACIÓN RESPONSABLE DE CALIDAD DE ANÁLISIS
		PROGRAMACIÓN		Paseo de la Estación nº 44. 23008 Jaén Tel. 953366942 – Fax: 953366944 www.iesvirgendelcarmen.com		
		MD850202	Rev. 7	21/10/23	Página 17 de 69	

RA3. Realiza el mantenimiento de la página web corporativa, la tienda electrónica y el catálogo online, utilizando aplicaciones informáticas y lenguajes específicos.			TRIM		
%	Criterios de evaluación	Ud	1	2	3
1	a) Se han redactado sentencias en lenguaje de etiquetas de hipertexto (HTML).	UT4 Diseño y gestión de una web	x		
1	b) Se han planificado la estructura, los contenidos, los flujos de caja, y el catálogo on line de la página web corporativa.	UT4 Diseño y gestión de una web	x		
1	c) Se han utilizado programas comerciales para crear los ficheros que componen las páginas web.	UT4 Diseño y gestión de una web	x		
1	d) Se han utilizado programas específicos de inclusión de textos, imágenes y sonido.	UT4 Diseño y gestión de una web	x		
1	e) Se ha construido una página web eficiente para el comercio electrónico.	UT5. Diseño de una tienda virtual		x	
8	f) Se ha registrado la dirección de páginas web con dominio propio o con alojamiento gratuito.	UT4 Diseño y gestión de una web	x		
2	g) Se han enviado los ficheros web creados al servidor de Internet mediante programas especializados en esta tarea.	UUT4 Diseño y gestión de una web	x		
8	h) Se han incluido en la web enlaces de interés capaces de generar tráfico orientado e interesado en lo que se ofrece.	UT4 Diseño y gestión de una web	x		
30	Contribución del RA3 a la calificación final del módulo				

 GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE	 JUNTA DE ANDALUCÍA CONSEjería de EDUCACIÓN	 FONDO SOCIAL EUROPEO "El FSE invierte en tu futuro"	PLANIFICACIÓN DOCENTE		IES VIRGEN DEL CARMEN		 INSTITUTO DE EDUCACIÓN RESPONSABLE DE CALIDAD DE ANÁLISIS
			PROGRAMACIÓN		Paseo de la Estación nº 44. 23008 Jaén Tel. 953366942 – Fax: 953366944 www.iesvirgendelcarmen.com		
			MD850202	Rev. 7	21/10/23	Página 18 de 69	

RA4. Establece foros de comunicación entre usuarios, utilizando las redes sociales de ámbito empresarial.			TRIM		
%	Criterios de evaluación	Ud	1	2	3
5	a) Se han utilizado programas web para mantener cibercharlas de texto.	UT3. Redes sociales		x	
5	b) Se han manejado aplicaciones de mensajería instantánea.	UT3. Redes sociales		x	
5	c) Se han aplicado sistemas de comunicación oral que utilizan solo sonido o sonido e imagen.	UT3. Redes sociales		x	
6	d) Se han utilizado foros en la red.	UT3. Redes sociales		x	
4	e) Se han identificado los elementos que configuran el mapa de medios sociales.	UT3. Redes sociales		x	
5	f) Se han establecido contactos sobre temas concretos a través de blogs temáticos de contenido profesional.	UT3. Redes sociales		x	
4	g) Se han examinado las características de las redes sociales generalistas y profesionales.	UT3. Redes sociales		x	
	h) Se han efectuado comunicaciones, publicidad y ventas con otros usuarios de la red a través de redes sociales.	UT3. Redes sociales		x	
4	i) Se han generado contenidos audiovisuales y fotográficos de la actividad, productos y procesos comerciales.	UT3. Redes sociales		x	
38	Contribución del RA4 a la calificación final del módulo				

 GOBIERNO DE ESPAÑA	 MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE	PLANIFICACIÓN DOCENTE		IES VIRGEN DEL CARMEN		 INSTITUTO DE EDUCACIÓN RESPONSABLE DE CALIDAD DE ANÁLISIS
		PROGRAMACIÓN		Paseo de la Estación nº 44. 23008 Jaén Tel. 953366942 – Fax: 953366944 www.iesvirgendelcarmen.com		
		MD850202	Rev. 7	21/10/23	Página 19 de 69	

RA5.Utiliza entornos de trabajo dirigidos al usuario final (Web 2.0), integrando herramientas informáticas y recursos de Internet.				TRIM		
%	Criterios de evaluación	Ud	1	2	3	
1	a) Se han definido los modelos y funcionalidades Web 2.0. existentes en la red.	UT2. Posicionamiento en buscadores.	x			
1	b) Se han seleccionado las acciones necesarias para integrar el comercio electrónico con funcionalidades propias de la Web 2.0.	UT2. Posicionamiento en buscadores.	x			
1	c) Se han aplicado los resultados obtenidos en el entorno Web 2.0 mediante la información (feedback) proporcionada por los usuarios.	UT2. Posicionamiento en buscadores.	x			
1	d) Se han utilizado los recursos gratuitos y libres incluidos en los sitios Web 2.0.	UT2. Posicionamiento en buscadores.	x			
1	e) Se han utilizado un conjunto importante de aplicaciones que Internet nos brinda como herramientas del Marketing digital en la web 2.0.	UT2. Posicionamiento en buscadores.	x			
1	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.	UT2. Posicionamiento en buscadores.	x			
1	g) Se han implementado estrategias de seguridad para la web 2.0.	UT6 Facturación electrónica y seguridad		x		
7	Contribución del RA5 a la calificación final del módulo					

 GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE	 JUNTA DE ANDALUCÍA CONSEjería de EDUCACIÓN	 FONDO SOCIAL EUROPEO "El FSE invierte en tu futuro"	PLANIFICACIÓN DOCENTE		IES VIRGEN DEL CARMEN		 INSTITUTO DE EDUCACIÓN RESPONSABLE DE CALIDAD DE ANÁLISIS
			PROGRAMACIÓN		Paseo de la Estación nº 44. 23008 Jaén Tel. 953366942 – Fax: 953366944 www.iesvirgendelcarmen.com		
			MD850202	Rev. 7	21/10/23	Página 20 de 69	

5.3. ELEMENTOS TRANSVERSALES DEL CURRÍCULO

5.3.1. ÁREAS DE INTERÉS EN LA FP

Asimismo, se debe de prestar atención a las áreas prioritarias o de especial interés, existentes en la Formación Profesional: TIC, idiomas y prevención de riesgos laborales.

5.3.2. EDUCACIÓN EN VALORES

El Sistema Educativo incluye en el currículo una serie de saberes actualmente demandados por la sociedad: son los llamados temas transversales.

Se denominan transversales porque no surgen como un programa paralelo al desarrollo del currículo sino insertado en la dinámica diaria del proceso de enseñanza-aprendizaje. Son complementarios y deben impregnar la totalidad de actividades del centro.

La LOMLOE y, más concretamente la LEA refuerzan el uso en los currículos de las enseñanzas no universitarias de estos temas transversales.

Tema transversal	Actividades	Proyecto de centro
Desarrollo de habilidades de comunicación oral	Durante el tercer trimestre el alumnado debe buscar empresas de Jaén, elaborar un CRM con los datos comerciales, contactar con la persona decisora y concertar una entrevista.	Proyecto Lingüístico de centro
Aprender a comunicar de forma persuasiva	El alumnado preparará una entrevista al empresario y se grabará en vídeo.	
Habilidades emprendedoras	A lo largo de todo el curso el alumnado participará en actividades relacionadas con la radio del instituto. En concreto locutores de un magazine, entrevistas de invitados al IES y alumnos de intercambio.	Proyecto Radio / Podcast (INNOVA)
Técnicas de venta y promoción	Durante el curso se participará en talleres y demás actividades relacionadas con el emprendimiento, la generación de proyectos y las habilidades asociadas al emprendimiento (creatividad, trabajo colaborativo, superación, etc.)	Aula de emprendimiento
	Durante el curso los alumnos participaran la promoción y organización de eventos programados por el instituto. (Congresos, feria del libro, mercadillo solidario, etc.)	INNOVA, BIBILOTECA, ERASMUS,...

 GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE	 JUNTA DE ANDALUCÍA CONSEjería de EDUCACIÓN	 FONDO SOCIAL EUROPEO "El FSE invierte en tu futuro"	PLANIFICACIÓN DOCENTE		IES VIRGEN DEL CARMEN		 INSTITUTO DE EDUCACIÓN RESPONSABLE DE CALIDAD DE ANALÍTICA
			PROGRAMACIÓN		Paseo de la Estación nº 44. 23008 Jaén Tel. 953366942 – Fax: 953366944 www.iesvirgendelcarmen.com		
			MD850202	Rev. 7	21/10/23	Página 21 de 69	

Materias transversales

El alumnado es diferente, tienen distintos intereses, capacidades, niveles educativos y aptitudes. Cada alumno requiere de un ritmo de aprendizaje distinto.

Por esta razón, procuraremos aplicar metodologías de aprendizaje que hagan participe al alumno y alumna, donde el profesor actúe como moderador, dando significado a lo aprendido y atendiendo las diferencias entre el alumnado.

Aprendizaje entre iguales.

A través de trabajos en grupo procuraremos que cada alumno aporte aquellas capacidades y potencialidades en las que destaque.

Aprendizaje cooperativo.

Empleando actividades como la tutoría entre iguales podemos convertir la diversidad en un instrumento pedagógico que aproveche a los alumnos con mayores capacidades para reducir las diferencias con alumnos con más dificultades.

En cuanto a las actividades han de ser variadas, que trabajen diferentes facetas y capacidades más limitadas o incluso desconocidas.

Para lograr integrar tanta diversidad en un mismo sistema de trabajo, vamos a proponer actividades en pareja, donde cada alumno/a asumirá un papel en función de sus capacidades.

Los alumnos que presentan mayor interés por el módulo y mayor capacidad de reflexión podrán realizar actividades más complejas y se les dará mayor autonomía para decidir, atendiendo a sus intereses y a sus capacidades. Contarán con recursos para la investigación y les asignaremos el rol de tutor en los trabajos en grupo o pareja. Si estos alumnos asumen que: **“La mejor forma de aprender es enseñando”**, realizarán su labor como tutor con agrado al encontrarle sentido.

Con respecto al alumno procedente de Marruecos, si presentara problemas de comprensión, le facilitaríamos apuntes de apoyo y actividades de refuerzo: emparejamiento de conceptos, autoevaluaciones y crucigramas que elaboraremos en la plataforma moodle. Esto le permitirá al alumno realizar las actividades y recibir el feedback de inmediato.

Con el departamento de orientación coordinaremos acciones que refuercen la comprensión y pueda mejorar el idioma con clases de apoyo.

El alumno de etnia gitana es conocido en el centro, ya que ha cursado Bachillerato en el Instituto. Sabemos que está perfectamente integrado en el grupo y tiene cierta dificultad de comprensión lectora. Vamos a proporcionarle textos más sencillos para su análisis y sustituiremos los más complejos por documentales e imágenes.

Mediante el Aprendizaje Basado en Proyectos (ABP) vamos a proponer un proyecto transversal e interdisciplinar que favorecerá el trabajo cooperativo y facilitará alcanzar objetivos generales del ciclo y objetivos particulares del módulo.

Tras 10 días podemos recordar:



“Me lo dices lo olvido, me lo enseñas y lo recuerdo, me dejas que lo haga y lo aprendo.” Confucio 485 A.C.

El aprendizaje basado en proyecto (ABP) se basa en la experiencia real y asienta las bases de los principios metodológicos básicos:

Asegurar la construcción del aprendizaje significativo.
Favorecimiento de la interacción alumno-profesor y alumno-alumno.
Aprendizaje basado en el desarrollo de la indagación, la autonomía y la experimentación.
Búsqueda de funcionalidad en el aprendizaje de la competencia profesional.
Búsqueda continua de la motivación por el aprendizaje.
Atención a la diversidad, adaptando metodologías y recursos a las diferentes situaciones e individuos.
Información continua de los momentos del proceso de aprendizaje y sus dificultades.
Activación del desafío cognitivo que impulse el desarrollo.
Formación en el uso de las nuevas tecnologías y las habilidades asociadas a las TIC.
Fomentar la reflexión y la justificación de actuaciones en contextos laborales reales.

 GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE	 JUNTA DE ANDALUCÍA CONSEjería de EDUCACIÓN	 FONDO SOCIAL EUROPEO "El FSE invierte en tu futuro"	PLANIFICACIÓN DOCENTE		IES VIRGEN DEL CARMEN		 INSTITUTO DE EDUCACIÓN RESPONSABLE DE CALIDAD DE ANÁLISIS
			PROGRAMACIÓN		Paseo de la Estación nº 44. 23008 Jaén Tel. 953366942 – Fax: 953366944 www.iesvirgendelcarmen.com		
			MD850202	Rev. 7	21/10/23	Página 23 de 69	

El profesor arbitrará métodos que tengan en cuenta los diferentes modelos de aprendizaje adaptándolos a las circunstancias y madurez del alumnado.

MÉTODOS PARTICIPATIVOS	OBJETIVOS
Tormenta de ideas	Desarrolla el pensamiento lateral.
Grupos de discusión.	Favorecer intercambio de ideas y la reflexión.
Trabajos por relevos.	Favorecer el interactuar entre grupos.
Entrevista (Podcast)	Favorece la profundización en el tema.
Dinámicas de grupo.	Despertar la creatividad y el trabajo colaborativo.
Escuela Expandida.	Intercambio de rol.
El debate.	Fomenta la investigación y desarrolla habilidades comunicativas.
MÉTODOS PROYECTIVOS	OBJETIVOS
Asociación	Favorecer el interés, la motivación y la práctica de los conceptos adquiridos. Partiendo de lo que sabe el alumno/a y construir a partir de ahí. Desarrolla el aprendizaje inductivo.
Construcción	
Complementación	
Expresión (Role-Play)	
APRENDIZAJE POR DESCUBRIMIENTO	OBJETIVOS
Trabajos de investigación.	Favorecer la adquisición de autonomía y libertad de decisión. Siempre con unas pautas de actuación.
Comentarios de texto.	Fortalece el proceso de aprendizaje significativo.

 GOBIERNO DE ESPAÑA	 MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE	PLANIFICACIÓN DOCENTE		IES VIRGEN DEL CARMEN		 INSTITUTO DE EDUCACIÓN RESPONSABLE DE CALIDAD DE ANÁLISIS
		PROGRAMACIÓN		Paseo de la Estación nº 44. 23008 Jaén Tel. 953366942 – Fax: 953366944 www.iesvirgendelcarmen.com		
		MD850202	Rev. 7	21/10/23	Página 24 de 69	

APRENDIZAJE PRO INMERSIÓN	OBJETIVOS
Juegos de simulación	Desarrollar en el alumnado la capacidad para introducirse en el contexto comercial y de gestión empresarial, procurando que tome decisiones y resuelva problemas con iniciativa y autonomía.
Dramatizaciones	

Para alcanzar estos principios metodológico se desarrollarán trabajos en grupo donde el alumnado aprenderá a decidir y a concordar opiniones con otros compañeros. A través del debate, se fomenta la colaboración entre iguales y el respeto mutuo.

Podemos optar por:

- Grupos homogéneos. Para el desarrollo de actividades que requieran la agrupación de alumnos y alumnas con intereses comunes.
- Grupos heterogéneos. Para fomentar las relaciones entre personas diferentes de manera que se puedan producir un aprendizaje entre iguales.

Precisamente, este tipo de **aprendizaje entre iguales** desarrolla capacidades que trascienden del propio módulo y contribuyen al aprendizaje de conductas sociales que van a permitir a los alumnos y alumnas relacionarse con los demás y mejorarán su capacidad para resolver problemas.

Adaptación de la metodología a los recursos y características del alumnado.

 GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE	PLANIFICACIÓN DOCENTE		IES VIRGEN DEL CARMEN Paseo de la Estación nº 44. 23008 Jaén Tel. 953366942 – Fax: 953366944 www.iesvirgendelcarmen.com		 INSTITUTO DE EDUCACIÓN SECUNDARIA en ANDALUCÍA
	PROGRAMACIÓN				
	 JUNTA DE ANDALUCÍA CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN	 FONDO SOCIAL EUROPEO "El FSE invierte en tu futuro"	MD850202	Rev. 7	21/10/23

6 METODOLOGÍA

6.1. Líneas de actuación

El método de enseñanza a seguir será, en primer lugar, realizar una actividad introductoria que active en los alumnos las ideas previas con las que se pretende relacionar el nuevo conocimiento que se va exponer.

El siguiente paso será una estrategia receptiva-significativa, es decir, partiendo de la exposición del tema se planteará una dinámica de clase en la que los alumnos plantearán sus dudas en base a aspectos concretos del tema.

En este clima participativo se formularán preguntas sondeo para comprobar la comprensión de los contenidos y a continuación se plantearán cuestiones a resolver como ejercicios de autocomprobación y supuestos prácticos.

Como apoyo al proceso de aprendizaje se utilizarán estrategias de indagación intentando enfrentar al alumno con problemas y cuestiones con los que adquirir competencias profesionales, personales y sociales. Algunas de las técnicas a utilizar serán: resolución de problemas, estudio de casos, investigaciones, debates, etc.

En cada unidad de trabajo se llevará a cabo un trabajo de aplicación a la realidad, para que el alumno pueda comprender la aplicación de todo el proceso, así como el análisis de artículos de revistas especializadas que estén relacionados con el tema a tratar.

Se pretende que el alumno se acerque lo máximo a la realidad del análisis de la información de mercado, para que sea capaz de integrar en su futuro profesional los contenidos aprendidos, realizando simulaciones, role play,...

El principal sentido de los contenidos conceptuales se encuentra en construir una base para el desarrollo de los procedimientos. Deberán abordarse con la amplitud suficiente para poder responder a las situaciones más habituales que a los alumnos y alumnas se les van a presentar en el puesto de trabajo.

Gran parte de los procedimientos señalados se situarán en presentaciones de supuestos adaptados a las empresas más significativas del entorno del Centro, y en el análisis de otros casos que ayuden a entender la complejidad de los conceptos conceptuales. El objetivo es implicar al alumno o la alumna en la toma de decisiones, cada vez más complejas a medida que vaya adquiriendo nuevos conocimientos y se le pueda exigir una mayor responsabilidad.

El desarrollo de las unidades de trabajo con estructura conceptual se cree conveniente realizarlo utilizando métodos expositivos y que, a su vez, permitan al alumnado intervenir, pudiendo analizar y valorar las situaciones presentadas, y permitiendo un aprendizaje dinámico.

Para motivar al alumno o la alumna, se ubicarán en su ciudad o provincia las empresas más significativas en relación a este módulo, visitando algunas de ellas y describiendo su funcionamiento general. Dado el carácter eminentemente práctico de este módulo, será conveniente contemplar actividades que vigoricen la motivación y el interés del alumno o alumna, realizando exposiciones y debates sobre las actividades realizadas.

				PLANIFICACIÓN DOCENTE		IES VIRGEN DEL CARMEN		
				PROGRAMACIÓN		Paseo de la Estación nº 44. 23008 Jaén Tel. 953366942 – Fax: 953366944 www.iesvirgendelcarmen.com		
		MD850202	Rev. 7	21/10/23	Página 26 de 69			

6.3. Estrategia didáctica

Metodología	Autores	Cómo Ponerla en Práctica en el Aula
Aprendizaje Basado en Problemas (ABP)	John Dewey, Jerome Bruner	1. Identificar un problema real o ficticio relacionado con el tema de estudio. 2. Dividir a los estudiantes en grupos pequeños. 3. Guiar a los grupos en la investigación y resolución del problema. 4. Promover la reflexión y discusión de las soluciones propuestas. 5. Evaluar el proceso y resultados alcanzados.
Aprendizaje Colaborativo	Lev Vygotsky, Jean Piaget	1. Organizar a los estudiantes en grupos heterogéneos. 2. Asignar roles y responsabilidades a cada miembro del grupo. 3. Presentar una tarea o proyecto que requiera la cooperación de todos. 4. Fomentar la interacción y el apoyo mutuo entre los estudiantes. 5. Evaluar tanto el proceso colaborativo como los resultados obtenidos.
Aprendizaje Significativo	David Ausubel, Joseph Novak	1. Activar los conocimientos previos de los estudiantes. 2. Presentar la información de manera organizada y jerarquizada. 3. Facilitar la relación de la nueva información con los conocimientos previos. 4. Diseñar actividades que permitan la aplicación, análisis y síntesis del nuevo conocimiento. 5. Evaluar la comprensión y aplicación del aprendizaje significativo.
Método Socrático	Sócrates, Platón	1. Plantear preguntas abiertas relacionadas con el tema de estudio. 2. Estimular el pensamiento crítico y la reflexión mediante preguntas adicionales. 3. Guiar a los estudiantes a través del diálogo y la argumentación. 4. Permitir que los estudiantes lleguen a sus propias conclusiones. 5. Evaluar la calidad del razonamiento y la capacidad para defender sus puntos de vista.
Conductivismo	B.F. Skinner, Edward Thorndike	1. Establecer objetivos claros y específicos de aprendizaje. 2. Desglosar la información en unidades pequeñas y secuenciadas. 3. Presentar ejemplos y ejercicios que refuercen el aprendizaje. 4. Proporcionar retroalimentación inmediata y ajustar la instrucción según sea necesario. 5. Evaluar el desempeño.

6.4. Actividades complementarias y extraescolares

Se consideran actividades complementarias las organizadas durante el horario escolar por los Centros, y que tienen un carácter **diferenciado** de las propiamente lectivas, por el momento, espacio o recursos que utilizan. Estas actividades son fundamentalmente las salidas y celebraciones y se organizarán de forma coordinada con los profesores del equipo docente. Se recogen en la programación de departamento.

 GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE	 JUNTA DE ANDALUCÍA CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN	 FONDO SOCIAL EUROPEO "El FSE invierte en tu futuro"	PLANIFICACIÓN DOCENTE		IES VIRGEN DEL CARMEN		 INSTITUTO DE EDUCACIÓN RESPONSABLE DE CALIDAD DE ANDALUCÍA
			PROGRAMACIÓN		Paseo de la Estación nº 44. 23008 Jaén Tel. 953366942 – Fax: 953366944 www.iesvirgendelcarmen.com		
			MD850202	Rev. 7	21/10/23	Página 27 de 69	

6.5. Materiales y recursos didácticos.

Para impartir el módulo en el aula-taller de informática, se requerirán varios recursos tecnológicos para facilitar el proceso de enseñanza y mejorar la experiencia de aprendizaje de los estudiantes. Algunos de los recursos tecnológicos necesarios para impartir este módulo podrían incluir:

Computadoras: Es esencial contar con un conjunto de computadoras con hardware actualizado y software relevante para las actividades de programación y desarrollo de software que se llevarán a cabo en el aula.

Conexión a Internet: Una conexión a Internet estable y de alta velocidad es crucial para acceder a recursos en línea, herramientas de desarrollo, y para realizar investigaciones y análisis en tiempo real.

Proyector o Pantalla Interactiva: Un proyector o pantalla interactiva permitirá al instructor mostrar demos, presentaciones, códigos de programación y otros contenidos visuales a toda la clase de forma clara y concisa.

Software de Desarrollo: Se necesitarán entornos de desarrollo integrados (IDE) como Visual Studio, Eclipse, NetBeans u otros, dependiendo del lenguaje de programación que se enseñe en el módulo. Además, herramientas para el desarrollo web como Adobe Dreamweaver o herramientas para el desarrollo de aplicaciones móviles pueden ser necesarias.

Simuladores y Herramientas Específicas: Dependiendo del enfoque del módulo, podrían requerirse simuladores o herramientas específicas para áreas como la robótica, la inteligencia artificial, el diseño gráfico, entre otros.

Licencias de Software: Si se utilizan software o herramientas de pago, se necesitarán licencias para cada computadora en el aula.

Dispositivos de Prueba: Para módulos que involucren desarrollo de hardware, como Internet de las cosas (IoT), se pueden necesitar dispositivos físicos como placas de desarrollo, sensores y actuadores para realizar pruebas y experimentos.

Sistemas de Gestión del Aprendizaje (LMS): Un sistema LMS puede ser útil para organizar el contenido del curso, realizar seguimiento del progreso de los estudiantes, y facilitar la comunicación entre el instructor y los alumnos.

Cámaras y Micrófonos: Si se planea realizar clases virtuales o grabar demos para los estudiantes, cámaras web y micrófonos serán necesarios para asegurar una buena calidad de audio y video.

Plataformas de Colaboración en Línea: Herramientas como Google Workspace, Microsoft Teams o Slack pueden ser útiles para facilitar la colaboración y la comunicación entre los estudiantes y el instructor fuera del aula.

Servidores y Espacio de Almacenamiento: Para proyectos que involucren desarrollo web o bases de datos, puede ser necesario contar con servidores locales o en la nube, así como espacio de almacenamiento para alojar sitios web y bases de datos de práctica.

6.6. Bibliografía

Bibliografía de departamento

- Libro de texto (COMERCIO DIGITAL INTERNACIONAL) Ed: FPRED



COMERCIO ELECTRÓNICO

Juan de Dios Marín Peñas
Aprende diseño web, redes sociales, optimización para buscadores, gestión de e-commerce y analítica web.


WEB


SEO


COM

 GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE	 JUNTA DE ANDALUCÍA CONSEjería de EDUCACIÓN	 FONDO SOCIAL EUROPEO "El FSE invierte en tu futuro"	PLANIFICACIÓN DOCENTE		IES VIRGEN DEL CARMEN		 INSTITUTO DE EDUCACIÓN RESPONSABLE DE CALIDAD DE ANALÍTICA
			PROGRAMACIÓN		Paseo de la Estación nº 44. 23008 Jaén Tel. 953366942 – Fax: 953366944 www.iesvirgendelcarmen.com		
			MD850202	Rev. 7	21/10/23	Página 29 de 69	

7.- EVALUACION Y RECUPERACION

El Real Decreto 1105/2014, de 26 de diciembre, en su artículo 20 establece lo siguiente:

Artículo 20. Evaluación

La evaluación del proceso de aprendizaje del alumnado deberá ser integradora, debiendo tenerse en cuenta desde todas y cada una de las asignaturas la consecución de los objetivos establecidos para la etapa y del desarrollo de las competencias correspondiente.

La evaluación del proceso de enseñanza y aprendizaje va a requerir de unos criterios de evaluación que permitan definir los resultados de aprendizaje, y que concreten lo que el alumnado debe saber, comprender y saber hacer en cada materia. Estos criterios deben ser observables medibles y evaluables y permitir graduar el rendimiento o logro alcanzado.

Resultados del aprendizaje y criterios de calificación (O. 15 de abril de 2014)

1. Aplica las directrices del plan de marketing digital de la empresa, participando en su ejecución y sostenimiento.

Criterios de evaluación

- Se han examinado las características generales y particulares de un plan de marketing digital capaz de alcanzar los objetivos comerciales de la empresa.
- Se han gestionado electrónicamente las relaciones con los clientes, definiendo el programa de fidelización y las herramientas que se van a utilizar.
- Se han ejecutado los procesos de posicionamiento y marketing online.
- Se han identificado los elementos que configuran el marketing de buscadores.
- Se han ejecutado los procesos de publicidad y promoción online ajustados a la normativa legal existente.
- Se han evaluado los desafíos del marketing electrónico: la confianza en los medios de pago, los problemas logísticos y la seguridad.
- Se han reconocido las nuevas tendencias de comunicación y relación con el cliente en el marketing digital.

 GOBIERNO DE ESPAÑA	 MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE	PLANIFICACIÓN DOCENTE		IES VIRGEN DEL CARMEN		 INSTITUTO DE EDUCACIÓN RESPONSABLE DE CALIDAD DE ANÁLISIS
		PROGRAMACIÓN		Paseo de la Estación nº 44. 23008 Jaén Tel. 953366942 – Fax: 953366944 www.iesvirgendelcarmen.com		
		MD850202	Rev. 7	21/10/23	Página 30 de 69	

2. Realiza las acciones necesarias para efectuar ventas online, aplicando las políticas de comercio electrónico definidas por la empresa.

Criterios de evaluación

- 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.

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

- 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.

 GOBIERNO DE ESPAÑA	 MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE	PLANIFICACIÓN DOCENTE		IES VIRGEN DEL CARMEN		 INSTITUTO DE EDUCACIÓN RESPONSABLE DE CALIDAD DE ANÁLISIS
		PROGRAMACIÓN		Paseo de la Estación nº 44. 23008 Jaén Tel. 953366942 – Fax: 953366944 www.iesvirgendelcarmen.com		
		MD850202	Rev. 7	21/10/23	Página 31 de 69	

4. Establece foros de comunicación entre usuarios, utilizando las redes sociales de ámbito empresarial.

Criterios de evaluación

- 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.

5. Utiliza entornos de trabajo dirigidos al usuario final (Web 2.0), integrando herramientas informáticas y recursos de Internet.

Criterios de evaluación

- 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.

 GOBIERNO DE ESPAÑA	 MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE	PLANIFICACIÓN DOCENTE		IES VIRGEN DEL CARMEN		 INSTITUTO DE EDUCACIÓN SECUNDARIA DE ANDALUCÍA
		PROGRAMACIÓN		Paseo de la Estación nº 44. 23008 Jaén Tel. 953366942 – Fax: 953366944 www.iesvirgendelcarmen.com		
		MD850202	Rev. 7	21/10/23	Página 32 de 69	

A continuación, establece la relación entre los resultados de aprendizaje (en adelante RA) y los Objetivos generales (OG) asociados al módulo n), ñ), o), p), q), r), s), t), u), v) y w)

Objetivos Generales	RA1	RA2	RA3	RA4	RA5
n) Emplear las herramientas más características de Internet y de otros sistemas digitales para dar a conocer la empresa internacionalmente, vender a través de tienda virtual y gestionar la facturación electrónica de las ventas internacionales realizadas.					
ñ) Analizar y utilizar los recursos y oportunidades de aprendizaje relacionados con la evolución científica, tecnológica y organizativa del sector y las tecnologías de la información y la comunicación, para mantener el espíritu de actualización y adaptarse a nuevas situaciones laborales y personales.					
o) Desarrollar la creatividad y el espíritu de innovación para responder a los retos que se presentan en los procesos y en la organización del trabajo y de la vida personal.					
p) Tomar decisiones de forma fundamentada, analizando las variables implicadas, integrando saberes de distinto ámbito y aceptando los riesgos y la posibilidad de equivocación en las mismas, para afrontar y resolver distintas situaciones , problemas o contingencias.					
q) Desarrollar técnicas de liderazgo, motivación, supervisión y comunicación en contextos de trabajo en grupo, para facilitar la organización y coordinación de equipos de trabajo.					
r) Aplicar estrategias y técnicas de comunicación , adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a la finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia en los procesos de comunicación.					
s) Evaluar situaciones de prevención de riesgos laborales y de protección ambiental, proponiendo y aplicando medidas de prevención personales y colectivas, de acuerdo con la normativa aplicable en los procesos de trabajo, para garantizar entornos seguros.					
t) Identificar y proponer las acciones profesionales necesarias, para dar respuesta a la accesibilidad universal y al «diseño para todos».					
u) Identificar y aplicar parámetros de calidad en los trabajos y actividades realizados en el proceso de aprendizaje, para valorar la cultura de la evaluación y de la calidad y ser capaces de supervisar y mejorar procedimientos de gestión de calidad .					
v) Utilizar procedimientos relacionados con la cultura empresarial , empresarial y de iniciativa profesional, para realizar la gestión básica de una pequeña empresa o emprender un trabajo.					
w) Reconocer sus derechos y deberes como agente activo en la sociedad, teniendo en cuenta el marco legal que regula las condiciones sociales y laborales, para participar como ciudadano democrático.					

 GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE	 JUNTA DE ANDALUCÍA CONSEjería de EDUCACIÓN	 FONDO SOCIAL EUROPEO "El FSE invierte en tu futuro"	PLANIFICACIÓN DOCENTE		IES VIRGEN DEL CARMEN		 INSTITUTO DE EDUCACIÓN RESPONSABLE DE CALIDAD DE ANÁLISIS
			PROGRAMACIÓN		Paseo de la Estación nº 44. 23008 Jaén Tel. 953366942 – Fax: 953366944 www.iesvirgendelcarmen.com		
			MD850202	Rev. 7	21/10/23	Página 33 de 69	

CRITERIOS DE EVALUACION, RECUPERACION Y SEGUIMIENTO.

La evaluación es un componente básico del proceso de enseñanza-aprendizaje; debe ser coherente con las características del ciclo formativo, con los objetivos planteados y con la metodología utilizada. Además tiene que ser formativa, servir para fomentar la reflexión y orientar y analizar el proceso educativo. Por ello, la evaluación debe ser:

Continua, para observar el proceso de aprendizaje.

Integral, para considerar tanto la adquisición de nuevos conceptos, como procedimientos, actitudes, capacidades de relación y comunicación y el desarrollo autónomo de cada alumno.

Individualizada, para que se ajuste al ritmo de aprendizaje de cada alumno y no de los alumnos en general. La evaluación individualizada proporciona información al alumno sobre su aprendizaje, sus progresos y lo que puede hacer según sus posibilidades.

Orientadora, porque debe ofrecer información permanente sobre la evolución del alumnado con respecto al proceso de enseñanza-aprendizaje.

El objetivo principal de la evaluación es corregir las desviaciones del proceso de enseñanza-aprendizaje. Desde este punto de vista, a la hora de evaluar, se tendrán en cuenta los aspectos siguientes:

- La adecuación de los objetivos a las características del grupo.
- El nivel de superación de las actividades programadas.
- La idoneidad de los procedimientos de evaluación utilizados.
- La adecuación de los criterios de calificación empleados.

La normativa legal establece que en las programaciones didácticas de cada módulo se han de reflejar:

- Los procedimientos de evaluación del aprendizaje de los estudiantes.
- Los criterios de calificación que se vayan a aplicar.

En la evaluación se calificarán: procedimientos y comprensión de los conceptos; actitudes que se manifiesten en clase, destrezas desarrolladas, empleo de técnicas de trabajo, capacidad de investigación, metodología utilizada, realizaciones, etc.

Existen múltiples procedimientos que se pueden utilizar en la evaluación; no obstante, teniendo en cuenta las características de los módulos profesionales, algunos de los que se pueden utilizar son los siguientes:

- Al finalizar cada Unidad se controlará que el material exigido, a cada alumno o grupo de alumnos, esté completo, ordenado y adecuadamente presentado. Se valorará positivamente las tareas realizadas y el interés de los estudiantes por aclarar dudas, exponiendo correctamente sus dificultades.

 GOBIERNO DE ESPAÑA	 MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE	PLANIFICACIÓN DOCENTE		IES VIRGEN DEL CARMEN		 INSTITUTO DE EDUCACIÓN RESPONSABLE DE CALIDAD DE ANÁLISIS
		PROGRAMACIÓN		Paseo de la Estación nº 44. 23008 Jaén Tel. 953366942 – Fax: 953366944 www.iesvirgendelcarmen.com		
		MD850202	Rev. 7	21/10/23	Página 34 de 69	

- Se evaluará la actitud y el comportamiento permanente en clase, valorando positivamente a aquellos estudiantes que tomen iniciativas relacionadas con el desarrollo de los contenidos del módulo, que participen activamente en las tareas que se propongan y en los debates que se realicen.
- Se efectuarán pruebas o controles objetivos, con una doble finalidad: por un lado, evaluar el nivel de conocimientos de cada alumno y, por otro, inducir a que los alumnos pregunten sus dudas, lo cual les permitirá interiorizar y relacionar los principales conceptos.
- El profesorado propondrá la realización de trabajos individuales y en grupo sobre temas de actualidad relacionados con los contenidos que se están desarrollando en clase. Se valorará positivamente los trabajos cuyo contenido sea de calidad, incluyan documentación, estén bien presentados, expongan con claridad las ideas y conclusiones personales.

En el marco del presente curso, las calificaciones de cada evaluación serán consideradas como informativas y reflejarán exclusivamente los Resultados de Aprendizaje (RA) evaluados durante el período correspondiente. Cada evaluación tiene como objetivo proporcionar un seguimiento detallado y específico del progreso del alumno en los distintos segmentos del curso, permitiendo así una intervención educativa ajustada a las necesidades detectadas en cada etapa.

Evaluaciones trimestrales: Se calificará únicamente el desempeño y la consecución de los RA abordados durante cada trimestre.

La nota final del curso será el resultado de una media ponderada que considerará el progreso y la evolución del alumno a lo largo del curso académico.

Este cálculo final no solo refleja los conocimientos específicos adquiridos en cada trimestre, sino también el desarrollo continuo y la integración de habilidades y competencias a lo largo del periodo educativo.

Este enfoque se alinea con los principios de la evaluación continua, asegurando una apreciación justa y representativa del rendimiento global del alumno.

Plan de recuperación	
Recuperación trimestral:	Actividades de refuerzo atendiendo a las características del alumnado y a los resultados de la evaluación ordinaria. Trabajos de investigación. Pruebas objetivas.
Convocatoria extraordinaria	Los alumnos que no superen la materia podrán optar a realizar un examen de recuperación en junio .
Seguimiento de alumnos que no han superado la convocatoria ordinaria.	Actividades de diferente nivel de dificultad con la finalidad de reforzar y clarificar los contenidos no superados.

Criterios de calificación

Generales:

Para la evaluación se realizará un ejercicio escrito cada unidad, y uno al final del trimestre. El alumno o alumna que obtenga como mínimo un 8 en cada una de estas notas parciales podrá decidir si se presenta al examen trimestral.

Competencias profesionales, personales y sociales

Prueba teórico práctica

30%

Actividades y supuestos prácticos

30%

Paso a Paso

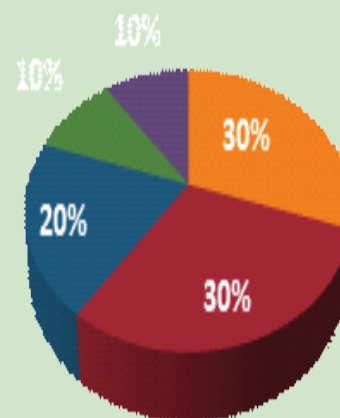
20%

Cuestionarios de autoevaluación

10%

Participación en clase y actitud.

10%



Al final de curso se realizará el Informe final de evaluación de la materia donde se indicaran los objetivos de la materia, competencias básicas y datos sobre el proceso de enseñanza-aprendizaje de cada alumno y que nos dará información para los próximos años sobre el punto de partida de nuestra evaluación.

Se evaluará por un lado conceptos y procedimientos, y por otro, actitud y proyecto lingüístico.

La evaluación será continua, por lo que el alumno o alumna que no supere el apartado de actitud y proyecto lingüístico deberá superar los objetivos que se establezcan en el siguiente trimestre. De esta forma el alumno o alumna que suspenda solo en el apartado de actitud, deberá recuperar esta parte evidenciando el cambio en la evaluación continua.

 GOBIERNO DE ESPAÑA	 MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE	PLANIFICACIÓN DOCENTE		IES VIRGEN DEL CARMEN		 INSTITUTO DE EDUCACIÓN RESPONSABLE DE CALIDAD DE ANÁLISIS
		PROGRAMACIÓN		Paseo de la Estación nº 44. 23008 Jaén Tel. 953366942 – Fax: 953366944 www.iesvirgendelcarmen.com		
		MD850202	Rev. 7	21/10/23	Página 36 de 69	

Los criterios de evaluación que se van a utilizar son:

Al finalizar cada Unidad Didáctica o Grupo se controlará que el material exigido, a cada alumno o grupo de alumnos, esté completo, ordenado y adecuadamente presentado. Se valorará positivamente, bien hecha y el interés por parte de los alumnos, estudiar las dudas exponiendo correctamente sus dificultades

Se evaluará la actitud, y el comportamiento permanente en clase, valorando positivamente a aquellos estudiantes que tomen iniciativas relacionadas con el desarrollo de los contenidos del módulo, que participen activamente en las tareas que se propongan y en los debates que se realicen.

Se efectuaran pruebas o controles objetivos, con una doble finalidad: por un lado, evaluar el nivel de conocimientos de cada alumno y, por otro lado, inducir a que los alumnos pregunten sus dudas, lo cual les permitirá interiorizar y relacionar los principales conceptos.

El profesor propondrá trabajos o ejercicios individuales o en grupo sobre las unidades del libro con distintos niveles, sobre los contenidos desarrollados en clase. Se valorará positivamente los trabajos cuyos contenidos sean de calidad, incluyan documentación, estén bien presentados, expongan con claridad las ideas y conclusiones personales.

Evaluación del proceso de enseñanza	
¿Qué evaluar?	- Elementos del proceso. - Adecuación de los objetivos. - Validez de los objetivos y su secuenciación. - Idoneidad de las actividades y recursos utilizados. - Eficacia de los criterios de evaluación programadas. - Pertinencia de las medidas de atención a la diversidad adoptadas. - Valoración del propio proceso. - Ambiente de trabajo. - Motivación. - Grado de satisfacción en las relaciones humanas. - Coordinación entre profesores.

Evaluación del proceso de enseñanza

¿Cómo evaluar?

Mediante un cuestionario moodle sondearemos la opinión del alumnado, del que obtendremos información para realizar un **análisis DAFO** de autoevaluación del proceso de enseñanza.

¿Qué aspectos evaluaremos en la programación del aula?

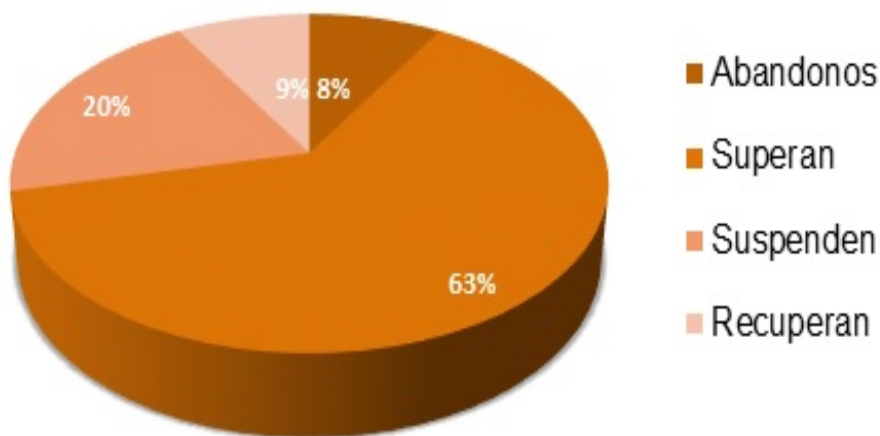
La labor del profesor: la adecuación de la metodología utilizada, la oportunidad de participación otorgada al alumno, la motivación despertada en los alumnos, etc.

Los materiales, instalaciones y organización de las actividades del aula, complementarias y extraescolares.

El progreso de los alumnos: niveles de aprendizaje alcanzados, interés y adecuación del contenido propuesto, asistencia, etc.

Satisfacciones de los padres, del equipo directivo del centro y de nuestro departamento.

Alumnos



Además, hemos diseñado un cuestionario para que los alumnos manifiesten sus impresiones sobre distintos aspectos del curso que han terminado, para de este modo recoger información de primera mano de las personas más directamente implicadas en el proceso.

La **observación externa** debe ser una herramienta para la autoevaluación. Un alumno/a en prácticas del Master de educación secundaria o un profesor del departamento, pueden ayudarnos en el proceso de autoevaluación.

 GOBIERNO DE ESPAÑA	 MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE	PLANIFICACIÓN DOCENTE		IES VIRGEN DEL CARMEN		 INSTITUTO DE EDUCACIÓN SECUNDARIA DE ANÁLISIS
		PROGRAMACIÓN		Paseo de la Estación nº 44. 23008 Jaén Tel. 953366942 – Fax: 953366944 www.iesvirgendelcarmen.com		
		MD850202	Rev. 7	21/10/23	Página 38 de 69	

RA1. Aplica las directrices del plan de marketing digital de la empresa, participando en su ejecución y sostenimiento.

Criterios de evaluación	Indicadores de logro
a) Se han examinado las características generales y particulares de un plan de marketing digital capaz de alcanzar los objetivos comerciales de la empresa.	Describe y justifica la estructura del plan (objetivos SMART, público, propuesta de valor, canales, calendario y KPIs) en un documento de 2–3 páginas. Alinea al menos tres acciones del plan con los objetivos comerciales de la empresa (p. ej., captación, conversión, recurrencia) indicando KPIs y metas.
b) Se han gestionado electrónicamente las relaciones con los clientes, definiendo el programa de fidelización y las herramientas que se van a utilizar.	Configura un flujo básico de CRM/Email marketing (captación → segmentación → envío → medición) y documenta política de consentimiento RGPD. Diseña un programa de fidelización (beneficios, reglas, canales) y define dos métricas de seguimiento (p. ej., tasa de repetición, valor medio del pedido).
c) Se han ejecutado los procesos de posicionamiento y marketing online.	Implementa acciones de SEO on page en una ficha/página (título, meta, encabezados, URL, enlaces internos) y reporta con captura antes/después. Lanza una acción de marketing de contenidos o social (post/landing básica) y entrega mini informe con impresiones, clics y conversiones/objetivo.
d) Se han identificado los elementos que configuran el marketing de buscadores.	Identifica y clasifica correctamente palabras clave (navegacionales, informativas, transaccionales) y su intención de búsqueda. Explica los componentes de SEO/SEM (puja, nivel de calidad, extensiones, concordancias) y propone una estructura de campaña con grupos de anuncios.
e) Se han ejecutado los procesos de publicidad y promoción online ajustados a la normativa legal existente.	Configura una campaña de pago (simulada o real con bajo presupuesto) con segmentación y creatividades acordes, y comprueba políticas de plataforma. Verifica el cumplimiento legal (cookies, RGPD, LSSI, cláusulas informativas) mediante un checklist aplicado a la landing/anuncio.
f) Se han evaluado los desafíos del marketing electrónico: la confianza en los medios de pago, los problemas logísticos y la seguridad.	Analiza los medios de pago disponibles (tarjeta, wallet, transferencia, contra reembolso) y valora confianza y fricción proponiendo mejoras. Detecta dos riesgos logísticos/seguridad (plazos, devoluciones, fraude, phishing) y propone medidas de mitigación básicas.
g) Se han reconocido las nuevas tendencias de comunicación y relación con el cliente en el marketing digital.	Reconoce al menos tres tendencias actuales (UGC, microvídeo, social commerce, chatbots, live shopping) y explica su aplicación a la empresa. Prototipa una acción con una tendencia (p. ej., storyboard de reel/UGC o flujo de chatbot) y define objetivo y KPI asociado.

 GOBIERNO DE ESPAÑA	 MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE	PLANIFICACIÓN DOCENTE		IES VIRGEN DEL CARMEN		 INSTITUTO DE EDUCACIÓN RESPONSABLE DE CALIDAD DE ANÁLISIS
		PROGRAMACIÓN		Paseo de la Estación nº 44. 23008 Jaén Tel. 953366942 – Fax: 953366944 www.iesvirgendelcarmen.com		
		MD850202	Rev. 7	21/10/23	Página 39 de 69	

RA2. Realiza las acciones necesarias para efectuar ventas online, aplicando las políticas de comercio electrónico definidas por la empresa

Criterios de evaluación	Indicadores de logro
a) Se han identificado los modelos de negocio convencionales y electrónicos existentes en la red.	- Identifica y describe los modelos de negocio convencionales y electrónicos presentes en la red.
b) Se han establecido los parámetros necesarios para crear o adaptar un negocio online.	- Establece los parámetros esenciales para la creación o adaptación de un negocio online.
c) Se han definido acciones de captación de clientes enfocadas al comercio electrónico.	- Define estrategias específicas de captación de clientes orientadas al entorno del comercio electrónico.
d) Se ha diseñado una tienda virtual.	- Diseña una tienda virtual que cumple con los requisitos y objetivos comerciales de la empresa.
e) Se han establecido los medios de pago que se van a utilizar.	- Establece los medios de pago apropiados para las transacciones en el comercio electrónico, justificando las elecciones realizadas.
f) Se han seleccionado los sistemas de seguridad que garanticen la privacidad e invulnerabilidad de las operaciones.	- Selecciona y justifica la elección de sistemas de seguridad para garantizar la privacidad y la invulnerabilidad de las operaciones en línea.
g) Se ha planificado la gestión de los pedidos recibidos y todo el proceso logístico.	- Planifica la gestión eficiente de los pedidos recibidos en la tienda virtual. - Diseña un plan integral para el proceso logístico asociado a las ventas online.

RA3. Realiza el mantenimiento de la página web corporativa, la tienda electrónica y el catálogo online, utilizando aplicaciones informáticas y lenguajes específicos.

Criterios de evaluación	Indicadores de logro
a) Se han redactado sentencias en lenguaje de etiquetas de hipertexto (HTML).	- Redacta correctamente sentencias en HTML para estructurar y presentar la información en la página web corporativa y la tienda online. - Aplica etiquetas adecuadas para garantizar la accesibilidad y usabilidad del contenido.
b) Se han planificado la estructura, los contenidos, los flujos de caja, y el catálogo online de la página web corporativa.	- Planifica la estructura de la página web corporativa, considerando los flujos de caja y el diseño del catálogo online. - Define los contenidos relevantes y su distribución en la página web.
c) Se han utilizado programas comerciales para crear los ficheros que componen las páginas web.	- Utiliza programas comerciales de manera efectiva para generar los archivos que conforman las páginas web. - Asegura la coherencia y compatibilidad de los archivos generados con estándares web.
d) Se han utilizado programas específicos de inclusión de textos, imágenes y sonido.	- Utiliza programas especializados para incorporar de manera eficiente textos, imágenes y elementos sonoros en la página web. - Asegura la calidad y la adecuación de los elementos multimedia integrados.
e) Se ha construido una página web eficiente para el comercio electrónico.	- Construye una página web eficiente que cumple con los requisitos y objetivos del comercio electrónico. - Optimiza el rendimiento y la velocidad de carga de la página web.
f) Se ha registrado la dirección de páginas web con dominio propio o con alojamiento gratuito.	- Registra la dirección de la página web utilizando un dominio propio o un servicio de alojamiento gratuito, según las necesidades y estrategias de la empresa.
g) Se han enviado los ficheros web creados al servidor de Internet mediante programas especializados en esta tarea.	- Utiliza programas especializados para enviar de manera efectiva los archivos web al servidor de Internet. - Verifica la correcta transferencia y funcionamiento de la página en el entorno online.
h) Se han incluido en la web enlaces de interés capaces de generar tráfico orientado e interesado en lo que se ofrece.	- Incorpora enlaces estratégicos que generan tráfico orientado y fomentan la interacción con el contenido ofrecido en la página web.

 GOBIERNO DE ESPAÑA	 MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE	PLANIFICACIÓN DOCENTE		IES VIRGEN DEL CARMEN		 INSTITUTO DE EDUCACIÓN RESPONSABLE DE CALIDAD DE ANÁLISIS
		PROGRAMACIÓN		Paseo de la Estación nº 44. 23008 Jaén Tel. 953366942 – Fax: 953366944 www.iesvirgendelcarmen.com		
		MD850202	Rev. 7	21/10/23	Página 41 de 69	

RA4. Establece foros de comunicación entre usuarios, utilizando las redes sociales de ámbito empresarial.

Criterios de evaluación	Indicadores de logro
a) Se han utilizado programas web para mantener cibercharlas de texto.	- Utiliza programas web de manera efectiva para facilitar y mantener cibercharlas de texto entre usuarios. - Gestiona las cibercharlas de manera organizada, fomentando la participación y el intercambio de ideas.
b) Se han manejado aplicaciones de mensajería instantánea.	- Maneja aplicaciones de mensajería instantánea de manera eficiente para facilitar la comunicación entre usuarios. - Utiliza las funciones avanzadas de las aplicaciones para mejorar la interactividad y la eficacia en la comunicación.
c) Se han aplicado sistemas de comunicación oral que utilizan solo sonido o sonido e imagen.	- Aplica sistemas de comunicación oral utilizando solo sonido o sonido e imagen para enriquecer la interacción entre usuarios. - Garantiza la calidad y la claridad en la comunicación oral, asegurando una experiencia positiva para los participantes.
d) Se han utilizado foros en la red.	- Utiliza foros en la red como herramienta efectiva para fomentar la comunicación y el intercambio de ideas entre usuarios. - Contribuye de manera activa a los debates y conversaciones en los foros, generando contenido relevante.
e) Se han identificado los elementos que configuran el mapa de medios sociales.	- Identifica y describe los elementos clave que configuran el mapa de medios sociales relevantes para la empresa. - Analiza la importancia y el impacto de cada elemento en la estrategia de comunicación en redes sociales.
f) Se han establecido contactos sobre temas concretos a través de blogs temáticos de contenido profesional.	- Establece contactos significativos sobre temas específicos mediante la participación activa en blogs temáticos de contenido profesional. - Contribuye con aportes valiosos y comentarios relevantes en los blogs para fortalecer la red de contactos.
g) Se han examinado las características de las redes sociales generalistas y profesionales.	- Examina de manera crítica y analítica las características distintivas de las redes sociales generalistas y profesionales. - Comprende la relevancia y el uso estratégico de cada tipo de red social en función de los objetivos empresariales.
h) Se han efectuado comunicaciones, publicidad y ventas con otros usuarios de la red a través de redes sociales.	- Realiza comunicaciones efectivas con otros usuarios en redes sociales, promoviendo la publicidad y las ventas de manera ética y estratégica. - Utiliza las funciones específicas de las redes sociales para potenciar la visibilidad de la empresa.
i) Se han generado contenidos audiovisuales y fotográficos de la actividad, productos y procesos comerciales.	- Genera contenidos audiovisuales y fotográficos de alta calidad que representan de manera efectiva la actividad, productos y procesos comerciales de la empresa. - Publica estos contenidos de manera estratégica en las redes sociales para fortalecer la imagen de la empresa.

RA5. Utiliza entornos de trabajo dirigidos al usuario final (Web 2.0), integrando herramientas informáticas y recursos de Internet.

Criterios de evaluación	Indicadores de logro
a) Se han definido los modelos y funcionalidades Web 2.0. existentes en la red.	- Define y describe los modelos y funcionalidades característicos de la Web 2.0 presentes en la red. - Analiza las aplicaciones y tecnologías que definen la Web 2.0 y su relevancia para el usuario final.
b) Se han seleccionado las acciones necesarias para integrar el comercio electrónico con funcionalidades propias de la Web 2.0.	- Selecciona y justifica las acciones necesarias para integrar de manera efectiva el comercio electrónico con las funcionalidades propias de la Web 2.0. - Asegura la coherencia y la sinergia entre las dos plataformas.
c) Se han aplicado los resultados obtenidos en el entorno Web 2.0 mediante la información (feedback) proporcionada por los usuarios.	- Aplica de manera efectiva los resultados obtenidos en el entorno Web 2.0 utilizando el feedback proporcionado por los usuarios. - Utiliza la retroalimentación para mejorar la experiencia del usuario y optimizar las estrategias de la empresa.
d) Se han utilizado los recursos gratuitos y libres incluidos en los sitios Web 2.0.	- Utiliza recursos gratuitos y libres disponibles en los sitios Web 2.0 de manera ética y legal. - Aprovecha las herramientas y servicios gratuitos para optimizar la presencia y las operaciones en línea de la empresa.
e) Se han utilizado un conjunto importante de aplicaciones que Internet nos brinda como herramientas del Marketing digital en la web 2.0.	- Utiliza un conjunto diverso y relevante de aplicaciones disponibles en Internet como herramientas efectivas del marketing digital en la Web 2.0. - Aplica estas herramientas de manera estratégica para alcanzar los objetivos del plan de marketing digital.
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.	- Realiza las tareas necesarias para asegurar la presencia activa de la empresa en buscadores, redes sociales, blogs, chats, foros y otros entornos relevantes de la Web 2.0. - Implementa estrategias para optimizar la visibilidad y participación de la empresa en estos entornos.
g) Se han implementado estrategias de seguridad para la web 2.0.	- Implementa estrategias efectivas de seguridad para proteger la presencia y la información de la empresa en entornos Web 2.0. - Garantiza la confidencialidad, integridad y disponibilidad de los datos y la comunicación en línea.

 GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE	 JUNTA DE ANDALUCÍA CONSEjería de EDUCACIÓN	 FONDO SOCIAL EUROPEO "El FSE invierte en tu futuro"	PLANIFICACIÓN DOCENTE		IES VIRGEN DEL CARMEN		 INSTITUTO DE EDUCACIÓN RESPONSABLE DE CALIDAD DE ANÁLISIS
			PROGRAMACIÓN		Paseo de la Estación nº 44. 23008 Jaén Tel. 953366942 – Fax: 953366944 www.iesvirgendelcarmen.com		
			MD850202	Rev. 7	21/10/23	Página 43 de 69	

Módulo: Comercio Electrónico – 2.º de Actividades Comerciales

Modalidad: DUAL General (10 % en empresa)

1) Objeto

Regular la organización, evaluación y seguimiento del tramo DUAL del módulo en 2.º. En este tramo el alumnado demostrará, en contexto real de empresa, las competencias de los RA4 y RA5 (se evalúa la mitad de sus criterios).

2) Temporalización

Aula: septiembre → marzo (adquisición de competencias y preparación de evidencias/AC).

Empresa (DUAL 10 %): último trimestre (finales de marzo, abril, mayo y junio).

El alumnado ya realizó un primer periodo de prácticas en 1.º; este tramo completa el 10 % DUAL del ciclo.

3) Resultados de aprendizaje y criterios seleccionados para la DUAL

RA4. Establece foros de comunicación entre usuarios, utilizando redes sociales de ámbito empresarial

Criterios a acreditar en empresa (mitad de RA4):

Participación profesional en blogs/foros/redes sobre temas específicos, fortaleciendo la red de contactos.

Análisis crítico de redes generalistas vs profesionales, su relevancia y uso estratégico para objetivos empresariales.

Comunicaciones efectivas con otros usuarios, promoviendo publicidad y ventas de forma ética y estratégica, usando funciones específicas de cada red.

Producción y publicación de contenidos audiovisuales y fotográficos de calidad que representen actividad, productos y procesos de la empresa.

Indicadores de logro (en empresa):

Participa de forma activa en blogs/foros/redes del sector, aportando comentarios y contenidos de valor.

Compara y justifica el uso estratégico de redes (p. ej., Instagram vs. LinkedIn) según objetivos de negocio.

Utiliza herramientas nativas (etiquetado, catálogo, mensajería, lives, groups) para incrementar visibilidad y derivar tráfico a activos propios.

Produce piezas (reels, stories, carruseles, posts con copy e imágenes propias) y calendario editorial ajustado a la guía de marca.

RA5. Utiliza entornos de trabajo Web 2.0, integrando herramientas y recursos de Internet

Criterios a acreditar en empresa (mitad de RA5):

Uso ético y legal de recursos gratuitos/libres (Web 2.0) para optimizar presencia y operaciones online.

Empleo de aplicaciones de Internet como herramientas de marketing digital alineadas con el plan.

Ejecución de tareas para asegurar presencia activa en buscadores, redes, blogs, chats y foros, con estrategias de visibilidad.

Implementación de estrategias de seguridad que garanticen confidencialidad, integridad y disponibilidad de datos y comunicaciones.

Indicadores de logro (en empresa):

Selecciona y usa con criterio plataformas y utilidades gratuitas (edición, analítica, gestión social, automatización) cumpliendo LSSI/RGPD y políticas de uso.

Integra apps Web 2.0 (acortadores, UTM, gestores de enlaces, suites de diseño, dashboards, formularios) para cumplir objetivos/KPIs del plan.

 GOBIERNO DE ESPAÑA	 MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE	PLANIFICACIÓN DOCENTE		IES VIRGEN DEL CARMEN		 INSTITUTO DE EDUCACIÓN RESPONSABLE DE CALIDAD DE ANÁLISIS
		PROGRAMACIÓN		Paseo de la Estación nº 44. 23008 Jaén Tel. 953366942 – Fax: 953366944 www.iesvirgendelcarmen.com		
		MD850202	Rev. 7	21/10/23	Página 44 de 69	

Ejecuta tareas de presencia (alta/optimización de perfiles, publicaciones, indexación/ sitemap/ Search Console, participación en comunidades) con seguimiento de métricas.
 Aplica buenas prácticas de seguridad (roles/ permisos, contraseñas, 2FA, backups, política de cookies/consentimiento) y reporta incidencias.

4) Itinerario formativo en empresa (tareas tipo y evidencias)

Con RA4
 Diseño del plan de social media operativo (canales, públicos, calendario y KPIs).
 Participación en blogs/foros/redes del sector y gestión de conversaciones con clientes/partners.
 Producción y publicación de contenidos (foto/vídeo/copy) siguiendo guía de marca y normas de plataforma.
 Informe comparativo de redes (generalistas/profesionales) con propuesta de uso estratégico.
 Evidencias RA4: enlaces/capturas de publicaciones e interacciones, calendario editorial, informe comparativo de redes, métricas básicas (alcance, interacciones, CTR).

Con RA5
 Selección e integración de apps Web 2.0 para objetivos del módulo (gestión de enlaces, analítica, formularios, dashboards, automatización simple).
 Aseguramiento de presencia (perfiles optimizados, indexación básica, participación en comunidades).
 Checklist legal y de seguridad aplicado a activos digitales de la empresa.

Evidencias RA5: listado de herramientas y justificación, capturas de configuraciones/UTM/ indexación, reportes de actividad/visibilidad, checklist legal y de seguridad firmado.

5) Actividades Complementarias (AC) previas a la DUAL

(solo si la empresa no garantiza tareas relacionadas con estos RA; se entregan antes de incorporarse)

AC-R4.1: Plan de publicaciones con piezas propias (3–4 contenidos multi-formato) + participación en un foro/blog profesional (capturas + enlace).
 AC-R4.2: Informe comparativo de redes (generalistas vs. profesionales) con propuesta de uso según objetivos y KPIs.
 AC-R5.1: Integración de herramientas Web 2.0 (en sitio de prácticas o demo) con panel de KPIs y UTM.
 AC-R5.2: Checklist legal/seguridad aplicado a una landing/perfil (cookies, RGPD, roles, 2FA, backups) y plan de mejoras.

Criterios de superación de AC: cada AC ≥ 5/10 y Apto en integridad/viabilidad. Las AC sustituyen a las evidencias de empresa cuando estas no existan.

6) Evaluación del tramo DUAL (2.º)

Ponderación interna del tramo DUAL (10 % del módulo):
 RA4 criterios seleccionados → 50 %
 RA5 criterios seleccionados → 50 %
 Instrumentos: rúbricas por criterio, portafolio DUAL, informe del tutor/a de empresa y defensa breve.

Condición de aptitud: presentar todas las evidencias (empresa o AC) y obtener media ≥ 5 tanto en RA4 como en RA5.

 GOBIERNO DE ESPAÑA	 MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE	PLANIFICACIÓN DOCENTE		IES VIRGEN DEL CARMEN		 INSTITUTO DE EDUCACIÓN RESPONSABLE DE CALIDAD DE ANÁLISIS
		PROGRAMACIÓN		Paseo de la Estación nº 44. 23008 Jaén Tel. 953366942 – Fax: 953366944 www.iesvirgendelcarmen.com		
		MD850202	Rev. 7	21/10/23	Página 45 de 69	

7) Escenarios de calificación y recuperación

A. Suspende prácticas y no realizó tareas RA4/RA5 → No asistirá a recuperaciones en junio siempre que tenga aprobadas previamente las AC; la calificación de los RA se basará en estas.

B. Aprueba prácticas pero sin funciones alineadas a RA4/RA5 → Debe tener superadas las AC previas; de no ser así, los criterios quedan no superados.

C. Suspende prácticas y suspende AC → Asistirá en junio a recuperación de los RA pendientes, entregando las AC corregidas y defendiendo las evidencias.

8) Seguimiento y coordinación

Reunión inicial centro–empresa (marzo): concreción de tareas, evidencias y canales de comunicación.

Hito semanal de seguimiento (bitácora y entregables).

Cierre con evaluación conjunta y defensa del portafolio.

Observancia de PRL, confidencialidad y protección de datos (RGPD/LSSI).

9) Nota sobre alumnado repetidor

El alumnado repetidor que ya haya consumido un periodo de prácticas DUAL no realizará nuevas prácticas del módulo en 2.º; acreditará los criterios mediante actividades en el centro y AC con las mismas rúbricas y exigencia.

RA4. Establece foros de comunicación entre usuarios, utilizando las redes sociales de ámbito empresarial.	
Criterios de evaluación	Indicadores de logro
f) Se han establecido contactos sobre temas concretos a través de blogs temáticos de contenido profesional.	- Establece contactos significativos sobre temas específicos mediante la participación activa en blogs temáticos de contenido profesional. - Contribuye con aportes valiosos y comentarios relevantes en los blogs para fortalecer la red de contactos.
g) Se han examinado las características de las redes sociales generalistas y profesionales.	- Examina de manera crítica y analítica las características distintivas de las redes sociales generalistas y profesionales. - Comprende la relevancia y el uso estratégico de cada tipo de red social en función de los objetivos empresariales.
h) Se han efectuado comunicaciones, publicidad y ventas con otros usuarios de la red a través de redes sociales.	- Realiza comunicaciones efectivas con otros usuarios en redes sociales, promoviendo la publicidad y las ventas de manera ética y estratégica. - Utiliza las funciones específicas de las redes sociales para potenciar la visibilidad de la empresa.
i) Se han generado contenidos audiovisuales y fotográficos de la actividad, productos y procesos comerciales.	- Genera contenidos audiovisuales y fotográficos de alta calidad que representan de manera efectiva la actividad, productos y procesos comerciales de la empresa. - Publica estos contenidos de manera estratégica en las redes sociales para fortalecer la imagen de la empresa.

 GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE	 JUNTA DE ANDALUCÍA CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN	 FONDO SOCIAL EUROPEO "El FSE invierte en tu futuro"	PLANIFICACIÓN DOCENTE		IES VIRGEN DEL CARMEN		 INSTITUTO DE EDUCACIÓN RESPONSABLE DE CALIDAD DE ANDALUCÍA
			PROGRAMACIÓN		Paseo de la Estación nº 44. 23008 Jaén Tel. 953366942 – Fax: 953366944 www.iesvirgendelcarmen.com		
			MD850202	Rev. 7	21/10/23	Página 46 de 69	

RA5. Utiliza entornos de trabajo dirigidos al usuario final (Web 2.0), integrando herramientas informáticas y recursos de Internet.

Criterios de evaluación	Indicadores de logro
d) Se han utilizado los recursos gratuitos y libres incluidos en los sitios Web 2.0.	- Utiliza recursos gratuitos y libres disponibles en los sitios Web 2.0 de manera ética y legal. - Aprovecha las herramientas y servicios gratuitos para optimizar la presencia y las operaciones en línea de la empresa.
e) Se han utilizado un conjunto importante de aplicaciones que Internet nos brinda como herramientas del Marketing digital en la web 2.0.	- Utiliza un conjunto diverso y relevante de aplicaciones disponibles en Internet como herramientas efectivas del marketing digital en la Web 2.0. - Aplica estas herramientas de manera estratégica para alcanzar los objetivos del plan de marketing digital.
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.	- Realiza las tareas necesarias para asegurar la presencia activa de la empresa en buscadores, redes sociales, blogs, chats, foros y otros entornos relevantes de la Web 2.0. - Implementa estrategias para optimizar la visibilidad y participación de la empresa en estos entornos.
g) Se han implementado estrategias de seguridad para la web 2.0.	- Implementa estrategias efectivas de seguridad para proteger la presencia y la información de la empresa en entornos Web 2.0. - Garantiza la confidencialidad, integridad y disponibilidad de los datos y la comunicación en línea.



PROGRAMACIÓN
IES Virgen del Carmen

Curso escolar
2023/24

Titulo	Contenido	Objetivos de aprendizaje
1. Plan de Marketing Digital y segmentación	1.1. Desarrollo creativo 1.2. Encontrar una idea singular 1.3. Convertir IDEAS en PROYECTOS 1.4. Plan de Marketing Digital (PMD) 1.5. Plantilla PMD 1.6. Comportamiento del cliente Online 1.7. Segmentar y encontrar al público objetivo 1.8. Nuevos modelos relacionales	Comprender la importancia del desarrollo creativo en la planificación y desarrollo de proyectos digitales. Desarrollar habilidades para generar ideas creativas y originales en el ámbito digital. Aprender técnicas y herramientas para estimular y potenciar la creatividad en el entorno digital. Aprender a identificar oportunidades y necesidades en el mercado digital. Desarrollar habilidades para encontrar ideas originales y diferenciadoras. Identificar los principales criterios para evaluar y seleccionar ideas viables para el desarrollo de proyectos digitales. Aprender a desarrollar un plan de acción para convertir una idea en un proyecto digital viable. Identificar los elementos clave para elaborar un plan de proyecto. Aprender a establecer objetivos, plazos y recursos necesarios para llevar a cabo un proyecto digital. Conocer las principales herramientas y técnicas de marketing digital. Aprender a desarrollar un plan de marketing digital para un proyecto específico. Identificar las principales métricas y herramientas de medición de resultados en el marketing digital. Aprender a utilizar una plantilla de plan de marketing digital para facilitar el proceso de planificación. Conocer las principales secciones y elementos que debe incluir un plan de marketing digital. Desarrollar habilidades para personalizar y adaptar una plantilla de PMD a las necesidades de un proyecto específico. Comprender los principales factores que influyen en el comportamiento del consumidor en el entorno digital. Conocer los principales modelos teóricos de comportamiento del consumidor online. Aprender a aplicar estos modelos para comprender y predecir el comportamiento del consumidor en el ámbito digital. Conocer las principales técnicas de segmentación de mercado y público objetivo en el entorno digital. Aprender a utilizar herramientas de análisis y segmentación de mercado para identificar a los públicos objetivos de un proyecto digital. Desarrollar habilidades para personalizar y adaptar una estrategia de segmentación a las necesidades de un proyecto específico. Comprender los nuevos modelos relacionales en el entorno digital. Aprender a aplicar estos modelos en el desarrollo de proyectos digitales. Identificar las principales tendencias en los nuevos modelos relacionales en el ámbito digital y cómo afectan a los proyectos digitales.



PROGRAMACIÓN

IES Virgen del Carmen

Curso escolar
2023/24

Titulo	Contenido	Objetivos de aprendizaje
2. Posicionamiento en buscadores	2.1. Cómo funciona Internet 2.2. Buscadores y navegadores 2.3. Correo electrónico 2.4. Posicionamiento en buscadores 2.5. Analítica WEB	Comprender el funcionamiento de Internet y su importancia en el comercio digital internacional. Conocer las diferentes herramientas de búsqueda y navegación en Internet. Aprender a utilizar el correo electrónico como herramienta de comunicación en el comercio internacional. Entender la importancia del posicionamiento en buscadores y aprender técnicas para mejorar el SEO. Comprender la importancia del análisis de datos en la toma de decisiones en el comercio electrónico.
3. Redes sociales	3.1. Comunicación en Internet 3.2. Redes sociales y profesionales	Aprender a comunicar eficazmente en Internet en el ámbito del comercio internacional. Comprender la importancia de las redes sociales y profesionales en el comercio digital internacional.



PROGRAMACIÓN

IES Virgen del Carmen

Curso escolar
2023/24

Titulo	Contenido	Objetivos de aprendizaje
4. Diseño y gestión de una web	4.1. Estructura de una página web 4.2. Diseño y optimización de una web 4.3. Gestión de imágenes con Affinity Photo 4.4. Instalación de Wordpress 4.5. Web en varios idiomas 4.6. Personalizar la web	Comprender la estructura básica de una página web y su importancia en el comercio electrónico. Aprender técnicas para diseñar y optimizar una página web para mejorar su eficacia en el comercio digital. Aprender a utilizar la herramienta Affinity Photo para la gestión de imágenes en una página web. Aprender a instalar y configurar WordPress como plataforma para la creación de una página web. Aprender a crear una página web en varios idiomas para llegar a un público más amplio. Aprender a personalizar una página web para mejorar su imagen y atraer a clientes potenciales.
5. Diseño de una tienda virtual	5.1. El comercio electrónico 5.2. Creación de un comercio electrónico 5.3. Gestión del comercio electrónico	Comprender los conceptos básicos del comercio electrónico y su importancia en el comercio internacional. Aprender a crear y gestionar un comercio electrónico de forma efectiva. Aprender técnicas para gestionar un comercio electrónico de forma eficaz y rentable.
6. Facturación electrónica y seguridad	6.1. Facturación electrónica 6.2. Relaciones con organismos públicos 6.3. Seguridad e integridad de los datos	Comprender el funcionamiento de la facturación electrónica y su importancia en el comercio internacional. Comprender las relaciones con organismos públicos en el ámbito del comercio electrónico internacional. Aprender técnicas y medidas de seguridad para garantizar la integridad de los datos en el comercio digital.



PROGRAMACIÓN

IES Virgen del Carmen

Curso escolar
2023/24

COMERCIO ELECTRÓNICO

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	RA	UT	H	OBJETIVOS	MATERIAL DE APOYO
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.	1. Aplica las directrices del plan de marketing digital de la empresa, participando en su ejecución y sostenimiento.	UT 1 Plan de Marketing Digital (PMD) y segmentación	10	Plan de Marketing Digital. • Desarrollo creativo. • Encontrar oportunidades. • Desarrollar el PMD.	1.1. El imperio de los sentidos 1.3. Salir de la zona de confort 1.4. Escuela de la buena suerte 1.5. Cómo implementar un PMD 1.6. KPIs



PROGRAMACIÓN

IES Virgen del Carmen

Curso escolar
2023/24

COMERCIO ELECTRÓNICO

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	RA	UT	H	OBJETIVOS	MATERIAL DE APOYO
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.	2. Realiza las acciones necesarias para efectuar ventas online, aplicando las políticas de comercio electrónico definidas por la empresa.	UT 1 Plan de Marketing Digital (PMD) y segmentación	10	El cliente on-line. • Público objetivo. • Nuevos modelos relacionales.	1.7. Neuromarketing 1.8. Marketing de contenidos 1.9. Mapa de empatía 1.14. Tu oportunidad



PROGRAMACIÓN

IES Virgen del Carmen

Curso escolar
2023/24

COMERCIO ELECTRÓNICO

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	RA	UT	H	CONTENIDOS	MATERIAL DE APOYO
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.	5. Utiliza entornos de trabajo dirigidos al usuario final (Web 2.0), integrando herramientas informáticas y recursos de Internet.	UT 2 Posicionamiento en buscadores	10 1	Servicios de Internet. • Cómo funciona Internet. • Buscadores y navegadores. • Correo electrónico, email marketing. Posicionamiento en buscadores y optimización. • Factores internos. • Factores externos. Promoción de la web • Linkbuilding. • Promoción en RR.SS. Analítica WEB	2.1. EmailMarketing con Acumbamail 2.4. ¿Qué es el SEO? 2.5. SEO OnPage 2.6. Embudo de conversión 2.7. Keyword Research 2.8. Dificultad de la keyword con semrush 2.9. Indexar en Google (Search Console) 2.10. Yoast SEO

**PROGRAMACIÓN**

IES Virgen del Carmen

Curso escolar
2023/24**COMERCIO ELECTRÓNICO**

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	RA	UT	H	CONTENIDOS	MATERIAL DE APOYO
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.	4. Establece foros de comunicación entre usuarios, utilizando las redes sociales de ámbito empresarial.	UT 3 Redes Sociales	12	Comunicación en Internet. • Mensajería instantánea. • Foros. Blog y microblog. • Redes sociales y profesionales • RR.SS. como canal de comunicación con el público objetivo. • RR.SS. como medio de promoción y como medio publicitario. • Contenido audiovisual.	3.1. ROI en redes sociales 3.3. Community Manager 3.4. Adaptar imágenes para Twitter 3.6. Videotutoriales con Camtasia 3.7. SEO para Youtube 3.10. Autolistas Metricool 3.11. Calendario de publicaciones 3.12. Entrevista de trabajo 3.14. Audacity



PROGRAMACIÓN

IES Virgen del Carmen

Curso escolar
2023/24

COMERCIO ELECTRÓNICO

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	RA	UT	H	CONTENIDOS	MATERIAL DE APOYO
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. 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.	3. realiza el mantenimiento de la página web corporativa, la tienda electrónica y el catálogo online, utilizando aplicaciones informáticas y lenguajes específicos.	UT 4 Diseño y gestión de una página WEB	12	Diseño de una página web. - Estructura de la web. - Diseño y optimización. - Gestión de imágenes. Gestión de una página web. - Instalación de Wordpress. - Personalización de plantillas. - Instalación de Plugins. - Optimización de contenidos para SEO	4.1. El inconsciente nos domina 4.3. Primeros pasos en Wordpress 4.4. Landing page perfecta 4.6. Tema Digital Pro - Configuración 4.8. Enlazado interno 4.9. CSS personalizado 4.10. Site Kit Google 4.11. Elementor 3 columnas



PROGRAMACIÓN

IES Virgen del Carmen

Curso escolar
2023/24

COMERCIO ELECTRÓNICO

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	RA	UT	H	CONTENIDO	MATERIAL DE APOYO
e) Se ha construido una página web eficiente para el comercio electrónico.	3. realiza el mantenimiento de la página web corporativa, la tienda electrónica y el catálogo online, utilizando aplicaciones informáticas y lenguajes específicos.	UT 5 Diseño de una tienda virtual	12	El comercio electrónico. - Modelos de negocios electrónicos. - Adaptación de un negocio al entorno online. - Acciones de captación de clientes para el comercio electrónico. - Tipos de comercios electrónicos. Creación de un eCommerce - Medios de pago y seguridad en las transacciones.	5.1. Caso de éxito 5.2. Tipos de eCommerce 5.3. Activar Woocommerce en Ezoco 5.4. Producto simple, variables y Afiliados Ezoco 5.7. Tipos de envío Ezoco 5.8. Cupón descuento EZOCO 5.9. Cupón envío gratis

**PROGRAMACIÓN**

IES Virgen del Carmen

Curso escolar
2023/24**COMERCIO ELECTRÓNICO**

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	RA	SITUACIONES DE APRENDIZAJE	H	SABERES BÁSICOS	MATERIAL DE APOYO
g) Se han implementado estrategias de seguridad para la web 2.0.	5. Utiliza entornos de trabajo dirigidos al usuario final (Web 2.0), integrando herramientas informáticas y recursos de Internet.	UT 6 Facturación electrónica y seguridad en Internet	2	El comercio electrónico. - Modelos de negocios electrónicos. - Adaptación de un negocio al entorno online. - Acciones de captación de clientes para el comercio electrónico. - Tipos de comercios electrónicos. Creación de un eCommerce - Medios de pago y seguridad en las transacciones.	Vídeo tutoriales en canal de Youtube @ComercioyMarketingES CAMPUS (moodle) - Presentaciones - Paso a paso - eBook - Autoevaluaciones - Foros Blog ComercioyMarketing.es
		Recuperaciones	6		

**PROGRAMACIÓN**

IES Virgen del Carmen

Curso escolar
2023/24

UT 1. Plan de Marketing y segmentación

Criterios de evaluación	Actividades	Tipo	Nota
1a) Se han examinado las características generales y particulares de un plan de marketing digital capaz de alcanzar los objetivos comerciales de la empresa.	Actividad A1.2. IDEA DE NEGOCIO - DAFO y CAME	PMOO	
1b) Se han gestionado electrónicamente las relaciones con los clientes, definiendo el programa de fidelización y las herramientas que se van a utilizar.	Actividad A1.3. Encontrar al target	PMOO	
1e) Se han ejecutado los procesos de publicidad y promoción online ajustados a la normativa legal existente.	Actividad A1.8. Afiliación	PHC	

**PROGRAMACIÓN**

IES Virgen del Carmen

Curso escolar
2023/24

UT 2. Posicionamiento en buscadores

Criterios de evaluación	Actividades	Tipo	Nota
1g) Se han reconocido las nuevas tendencias de comunicación y relación con el cliente en el marketing digital.	Actividad A2.1. Crea un Newsletter con AcumbaMail	PMOO	
1c) Se han ejecutado los procesos de posicionamiento y marketing online.	Actividad A2.2. Análisis de las keywords	PHC	
5a) Se han definido los modelos y funcionalidades Web 2.0. existentes en la red.	Actividad A2.6. Publicar como invitado en Comicsylibros	PHC	
5e) Se han utilizado un conjunto importante de aplicaciones que Internet nos brinda como herramientas del Marketing digital en la web 2.0.	Actividad A2.7. MOZBAR Dificultad de posicionamiento	PHC	
3h) Se han incluido en la web enlaces de interés capaces de generar tráfico orientado e interesado en lo que se ofrece.	Actividad A2.3. Link building	PHC	
5c) Se han aplicado los resultados obtenidos en el entorno Web 2.0 mediante la información (feedback) proporcionada por los usuarios.	Actividad A2.4. Velocidad de carga	PHC	

**PROGRAMACIÓN**

IES Virgen del Carmen

Curso escolar
2023/24

UT4: Diseño gráfico

Criterios de evaluación	Actividades	Tipo	Nota
3b) Se han planificado la estructura, los contenidos, los flujos de caja, y el catálogo on line de la página web corporativa	Actividad 4.1. Inserta un logo en una camiseta	PHC	
3b) Se han planificado la estructura, los contenidos, los flujos de caja, y el catálogo on line de la página web corporativa	Actividad 4.2. Diseña para RRSS con Duotono	PHC	
3b) Se han planificado la estructura, los contenidos, los flujos de caja, y el catálogo on line de la página web corporativa	Actividad A4.4. Diseño de packaging	PMOO	
3b) Se han planificado la estructura, los contenidos, los flujos de caja, y el catálogo on line de la página web corporativa	Actividad 4.12 CV en FPRED.es	PMOO	

**PROGRAMACIÓN**

IES Virgen del Carmen

Curso escolar
2023/24**UT4: Diseño y gestión de una WEB**

Criterios de evaluación	Actividades	Tipo	Nota
3a) Se han redactado sentencias en lenguaje de etiquetas de hipertexto (HTML). 3c) Se han utilizado programas comerciales para crear los ficheros que componen las páginas web. 3d) Se han utilizado programas específicos de inclusión de textos, imágenes y sonido. 3f) Se ha registrado la dirección de páginas web con dominio propio o con alojamiento gratuito. 3g) Se han enviado los ficheros web creados al servidor de Internet mediante programas especializados en esta tarea.	Actividad A4.10. Diseña una Web con Wordpress	PMOO	
	Actividad 4.11 Landing	PHC	

UT5: Diseño de una tienda virtual

Criterios de evaluación	Actividades	Tipo	Nota
3e) Se ha construido una página web eficiente para el comercio electrónico.	Actividad A5.3. Crea un eCommerce	PMOO	

**PROGRAMACIÓN**

IES Virgen del Carmen

Curso escolar
2023/24**UT3: Redes Sociales**

Criterios de evaluación	Actividades	Tipo	Nota
4a) Se han utilizado programas web para mantener cibercharlas de texto.	Reto VÍDEO-PODCAST	PMOO	
4b) Se han manejado aplicaciones de mensajería instantánea.	Actividad A3.5. Crear una cuenta en LinkedIn	PHC	
4c) Se han aplicado sistemas de comunicación oral que utilizan solo sonido o sonido e imagen.			
4d) Se han utilizado foros en la red.			
4e) Se han identificado los elementos que configuran el mapa de medios sociales.			
4f) Se han establecido contactos sobre temas concretos a través de blogs temáticos de contenido profesional.			
4g) Se han examinado las características de las redes sociales generalistas y profesionales.			
4h) Se han efectuado comunicaciones, publicidad y ventas con otros usuarios de la red a través de redes sociales.			
4i) Se han generado contenidos audiovisuales y fotográficos de la actividad, productos y procesos comerciales.			



UT6: Facturación electrónica y seguridad

Criterios de evaluación	Actividades	Tipo	Nota
5g) Se han implementado estrategias de seguridad para la web 2.0.	Actividad 6.1. Factura electrónica con Facturae	PHC	
	Actividad 6.2. Administración electrónica	PHC	
	Actividad 6.3. Seguridad en Internet	PHC	

**PROGRAMACIÓN**

IES Virgen del Carmen

Curso escolar
2023/24**EXAMEN 3ª EVALUACIÓN**

Criterios de evaluación	Actividades	Tipo	Nota
3e) Se han compartido archivos a través de una red de ordenadores entre iguales (peer-to-peer P2P). 3f) Se han establecido contactos con otros usuarios de la red a través de foros internacionales de debate y opinión. 3g) Se han establecido contactos internacionales sobre temas concretos a través de blogs temáticos de contenido profesional. 3h) Se han realizado comunicaciones con usuarios internacionales de la red a través de redes sociales.	RRSS	EPRA	

 GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE	 JUNTA DE ANDALUCÍA CONSEjería de EDUCACIÓN	 FONDO SOCIAL EUROPEO "El FSE invierte en tu futuro"	PLANIFICACIÓN DOCENTE		IES VIRGEN DEL CARMEN		 INSTITUTO DE EDUCACIÓN RESPONSABLE DE CALIDAD DE ANALÍTICA
			PROGRAMACIÓN		Paseo de la Estación nº 44. 23008 Jaén Tel. 953366942 – Fax: 953366944 www.iesvirgendelcarmen.com		
			MD850202	Rev. 7	21/10/23	Página 64 de 69	

5.-ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

Se aplicarán las siguientes propuestas acordadas:

1. Alumnado con altas capacidades intelectuales. Para este tipo de alumnado con nivel de conocimiento alto o con un ritmo de enseñanza-aprendizaje más rápido se plantea, en cada una de las unidades, una serie de actividades de ampliación que permitirán mantener la motivación de los mismos, mientras el resto de compañeros y compañeras alcanzan los objetivos propuestos.
2. Alumnado con dificultades en el aprendizaje. Se plantearán actividades de refuerzo que puedan servir para que aquellos alumnos y alumnas con menor ritmo de aprendizaje puedan reforzar los contenidos planteados en cada unidad.
3. Alumnos con discapacidad. A fin de promover los principios de igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad, tanto la metodología como la evaluación, serán adaptadas a aquellos alumnos y/o alumnas que tengan alguna discapacidad, solicitando los recursos humanos y materiales, si fuese necesario, que permitan el acceso de estas personas al currículo de las enseñanzas de formación profesional. Estas adaptaciones serán, en todo caso, adaptaciones no significativas.
4. Alumnado con evaluación negativa en el proceso de evaluación continua. Para este tipo de alumnado, se analizarán las causas que motivaron este hecho y se tomarán las decisiones concretas que se precisen. Tendrá que realizar las actividades de recuperación establecidas a tal efecto, según se indique en la programación de cada uno de los módulos o materias. Aquellos alumnos y alumnas que no superen las evaluaciones trimestrales deberán presentarse a la prueba establecida como convocatoria ordinaria final.
5. Alumnado con módulos pendientes de cursos anteriores. El seguimiento de las materias pendientes se realizará por parte de los profesores que impartan clases de dichos módulos en el curso actual. Se darán facilidades de asistencia a las clases impartidas en primer curso, para que el alumnado en esta situación pueda corregir las carencias de enseñanza que estos tuvieran. Las pruebas de evaluación ordinaria y extraordinaria correspondiente a los módulos de primer curso se realizarán previas a las del segundo curso.

PROCESO DE ACTUACIÓN

Evaluación Inicial.

Es necesario realizar una evaluación inicial, con la colaboración del orientador del centro, para conocer el nivel de competencia del alumnado recientemente incorporado. Es importante saber, por ejemplo, si el alumno o la alumna domina la lengua castellana en el nivel oral y escrito, si su nivel de Competencias Básicas es equivalente al alumnado escolarizado en nuestro centro, etc. Toda la información que obtengamos a partir de esta evaluación inicial nos será muy útil para planificar las actuaciones a llevar a cabo, los refuerzos que puedan necesitar y determinar el punto de partida de la intervención.

				PLANIFICACIÓN DOCENTE		IES VIRGEN DEL CARMEN		
				PROGRAMACIÓN		Paseo de la Estación nº 44. 23008 Jaén Tel. 953366942 – Fax: 953366944 www.iesvirgendelcarmen.com		
		MD850202	Rev. 7	21/10/23	Página 65 de 69			

Reunión del Equipo docente.

Es necesario trasladar al Equipo Docente cuanta información se vaya adquiriendo sobre el alumno/a, sobre todo en aspectos como dificultades socioeconómicas, situaciones de rechazo dentro o fuera del centro, conflictos familiares, o cualquier circunstancia que pueda influir en el proceso de adaptación e integración del alumno/a.

En el momento que se vaya a incorporar un nuevo alumno/a al grupo, sobre todo si esta incorporación se produce una vez iniciado el curso, se debe convocar una reunión extraordinaria del Equipo Docente del grupo, para informarle sobre el nuevo alumno/a y facilitar los datos de los que se dispone, a partir de la Evaluación Inicial; de manera que se pueda establecer un plan de trabajo, concretar medidas extraordinarias a adoptar y actividades a realizar en los primeros momentos. El Tutor o Tutora, junto con el Orientador, facilitarán la información recogida

Toma de decisiones.

El Equipo docente, con la información recabada por el Tutor o Tutora y el Orientador, tomará la decisión más oportuna para facilitar la continuidad del proceso educativo del alumno o alumna:

- Continuar en el grupo ordinario de clase en que fue matriculado.
- Incluirlo en un Programa de Diversificación Curricular, si procede.
- Diseñar, desarrollar y evaluar una Adaptación Curricular Individual, con lo apoyos que se consideren pertinentes, si se considera oportuno, incluido la atención por la Profesora del Aula Temporal de Adaptación Lingüística, si fuese necesario

Evaluación

La finalidad fundamental de la evaluación del Plan de Atención a la Diversidad es tomar una decisión con respecto al mismo, es decir, determinar si el Plan tiene éxito o no y ayudarnos en el análisis de los procedimientos seguidos para mejorarlo.

Los datos recogidos deben permitir conocer cómo funciona, si progresa en sus objetivos y qué problemas específicos se plantean relacionados con la implantación del mismo. Asimismo, debe aportar información sobre los cambios necesarios para incrementar la calidad de cada uno de los Programas que lo integran y para valorar sus resultados finales.

La evaluación permitirá:

- Comprobar si los programas logran cumplir sus objetivos
- Proveer de información sobre la marcha de los mismos y sobre las necesidades de readaptación
- Analizar los programas para determinar su efectividad, qué bondades y limitaciones tiene.

En el modelo de evaluación que proponemos debemos analizar la acción de los distintos responsables que intervienen en el Plan y el efecto de la acción del mismo, más el tipo de datos que se utiliza.

		PLANIFICACIÓN DOCENTE		IES VIRGEN DEL CARMEN Paseo de la Estación nº 44. 23008 Jaén Tel. 953366942 – Fax: 953366944 www.iesvirgendelcarmen.com		
		PROGRAMACIÓN				
		MD850202	Rev. 7	21/10/23	Página 66 de 69	

La evaluación del proceso proporciona información sobre la implementación del Plan de Atención a la Diversidad y con el fin de aceptar, clarificar o corregir el diseño.

- Alumnos de admisión tardía: Se aplicara la programación, con la suficiente elasticidad, al objeto de nivelar el nivel de conocimientos en clase.
- Alumnos con necesidades educativas especiales: No es el caso en este curso, en caso contrario habría que hacer adaptaciones no significativas.
- Alumnos con compatibilidad laboral y/o modularidad: La primera no se da en clase y la segunda se le permite al alumno la asistencia alternativa a clase del modulo pendiente.
- Alumnado con altas capacidades: No se da el caso en este curso, sino habría que adaptar el ritmo incluso la propia programación, dentro de la normativa vigente.

Temporalización del módulo Comercio electrónico (2.º AC)

Carga lectiva: 4 h/semana en aula hasta marzo (84 h totales) + DUAL 10 % en empresa (3.º trimestre).

DUAL (empresa): 50 % de los criterios de RA4 y 50 % de RA5 (o AC previas si la empresa no los desarrolla).

1. Primera evaluación (septiembre–diciembre) – 54 h

Objetivo del trimestre: dejar montada la base operativa (PMD, SEO y web) y las evidencias de cumplimiento legal.

Semana 1–2 (8 h) – UD1. PMD y segmentación (10 %)

Taller “de idea a proyecto”: objetivos SMART, propuesta de valor, KPIs y calendario.

Evidencia E1: Mini-PMD (plantilla cumplimentada + cronograma).

Semana 3–4 (6 h) – UD1. Cliente online y modelos relacionales (7 %)

Comportamiento del cliente digital, target y recorrido de compra; modelos relacionales.

Evidencia E2: mapa de buyer persona y funnel.

Semana 5–8/9 (18 h) – UD2. Posicionamiento en buscadores (21 %)

Research de palabras clave; SEO on-page/off-page; estructura de contenidos; nociones de SEM; analítica básica.

Evidencia E3: auditoría SEO antes/después de 1–2 URLs + tablero de métricas.

Semana 9/10–12/13 (20 h) – UD4. Diseño y gestión de una web (24 %)

Estructura de una web, UX y landings con CMS (WordPress/Elementor). Optimización técnica básica.

Evidencia E4: landing funcional optimizada para campaña.

Semana 13/14 (2 h) – Prueba/Evaluación 1 (2 %)

Defensa breve del mini-PMD, SEO y web; checklist de progreso.

 GOBIERNO DE ESPAÑA	 MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE	PLANIFICACIÓN DOCENTE		IES VIRGEN DEL CARMEN		 INSTITUTO DE EDUCACIÓN RESPONSABLE DE CALIDAD DE ANALÍTICA
		PROGRAMACIÓN		Paseo de la Estación nº 44. 23008 Jaén Tel. 953366942 – Fax: 953366944 www.iesvirgendelcarmen.com		
		MD850202	Rev. 7	21/10/23	Página 67 de 69	

2. Segunda evaluación (enero–mediados de marzo) – 28 h

Objetivo del trimestre: preparar todo lo que puede no verse en empresa (RA4–RA5) y cerrar las AC.

Semana 1–3 (12 h) – UD5. Diseño de una tienda virtual (14 %)

Creación/gestión básica del e-commerce; catálogo y promociones.

Evidencia E5: mini-tienda o simulación operativa.

Semana 4–6 (12 h) – UD3. Redes sociales (14 %)

Plan editorial, formatos (reels/stories/carruseles), guía de marca y community.

Evidencia E6 (AC–RA4): plan de publicaciones + 3–4 piezas propias listas para publicar.

Semana 7 (2 h) – UD6. Facturación electrónica y seguridad (2 %)

Seguridad/confianza en e-commerce; políticas de cookies/RGPD.

Evidencia E7 (AC–RA5): checklist legal y de seguridad aplicado a la landing/perfiles.

Semana 8 (2 h) – Prueba/Evaluación 2 (2 %)

Revisión de E5–E7 y ajuste del portafolio.

Semana 9 (2 h) – Recuperaciones 2.ª eval. (2 %)

Entrega y defensa de correcciones pendientes.

Salida a DUAL (finales de marzo): el alumnado lleva cerrado el portafolio pre-DUAL (E1–E7).

Si la empresa no va a trabajar RA4/RA5, las evidencias E6–E7 actúan como Actividades Complementarias (AC) para su acreditación.

3. Tercera evaluación (DUAL en empresa) – marzo/junio

En empresa se acreditará el 50 % de los criterios de RA4 y el 50 % de RA5.

RA4 – Redes sociales (mitad de criterios en empresa)

Participación profesional en blogs/foros/redes del sector, fomentando red de contactos.

Producción y publicación de piezas audiovisuales/fotográficas de calidad alineadas con la guía de marca.

Evidencias D–RA4: enlaces/capturas, calendario editorial real y métricas básicas (alcance, interacciones, CTR).

RA5 – Web 2.0 (mitad de criterios en empresa)

Integración de aplicaciones Web 2.0 alineadas con el plan y seguimiento con KPIs/UTM.

Presencia activa en buscadores/redes/blogs/foros y estrategias de visibilidad con buenas

 GOBIERNO DE ESPAÑA  MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE  JUNTA DE ANDALUCÍA CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN  FONDO SOCIAL EUROPEO "El FSE invierte en tu futuro"	PLANIFICACIÓN DOCENTE		IES VIRGEN DEL CARMEN		 IESCA INSTITUTO DE EDUCACIÓN RESPONSABLE DE CALIDAD DE ANALÍTICA 	
	PROGRAMACIÓN		Paseo de la Estación nº 44. 23008 Jaén Tel. 953366942 – Fax: 953366944 www.iesvirgendelcarmen.com			
	MD850202	Rev. 7	21/10/23	Página 68 de 69		

prácticas de seguridad.

Evidencias D-RA5: listado de herramientas usadas, capturas de configuración/indexación, informes de actividad y checklist de seguridad firmado por la empresa.

Si la empresa no asigna tareas RA4/RA5: las AC entregadas en aula (E6-E7) se califican como evidencias del tramo DUAL, conforme a los escenarios aprobados en la programación.

4. Criterios de evaluación, instrumentos y escenarios

Instrumentos: rúbricas por criterio, portafolio (E1-E7 + evidencias D-RA4/RA5), informe de tutor/a de empresa y defensa final.

Aptitud en DUAL: media ≥ 5 en RA4 y RA5 (criterios seleccionados) y todas las evidencias presentadas.

Escenarios:

Suspende prácticas y no trabajó RA4/RA5 → No acude a recuperaciones si tiene aprobadas las AC (E6-E7).

Aprueba prácticas pero sin funciones RA4/RA5 → Debe tener superadas las AC; si no, queda no superado.

Suspende prácticas y AC → Recuperación en junio de los RA pendientes (entrega/defensa de AC corregidas).

 GOBIERNO DE ESPAÑA	 MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE	PLANIFICACIÓN DOCENTE		IES VIRGEN DEL CARMEN		 INSTITUTO DE EDUCACIÓN RESPONSABLE DE CALIDAD DE ANÁLISIS
		PROGRAMACIÓN		Paseo de la Estación nº 44. 23008 Jaén Tel. 953366942 – Fax: 953366944 www.iesvirgendelcarmen.com		
		MD850202	Rev. 7	21/10/23	Página 69 de 69	

Ud	Título	H%	Contenido	Evaluación	H
1	PMD y segmentación	10%	Desarrollar la creatividad y convertir las ideas en proyectos. PMD	1ª Evaluación	8
		7%	Comportamiento del cliente online, identificar al target y modelos relacionales	1ª Evaluación	6
2	Posicionamiento en buscadores	21%	Posicionamiento en buscadores SEO	1ª Evaluación	18
4	Diseño y gestión de una web	24%	Estructura de una WEB y gestores de contenidos.	1ª Evaluación	20
	EVALUACIÓN	2%		1ª Evaluación	2
5	Diseño de una tienda virtual	14%	Creación de un comercio electrónico	2ª Evaluación	12
3	Redes sociales	14%	Redes sociales	2ª Evaluación	12
6	Facturación electrónica y seguridad	2%	Facturación electrónica, administración online y seguridad de los datos.	2ª Evaluación	2
	EVALUACIÓN	2%		2ª Evaluación	2
	RECUPERACIONES	2%		2ª Evaluación	2
3	Redes sociales		Participación profesional en blogs/foros/redes sobre temas del sector, fortaleciendo la red de contactos. Producción/publicación de piezas audiovisuales/fotográficas de calidad siguiendo guía de marca.	3ª Evaluación	D
4	Web 2.0		Integración de aplicaciones Web 2.0 alineadas con el plan y seguimiento de KPIs. Tareas de presencia activa en buscadores/redes/blogs/foros y estrategias de visibilidad.	3ª Evaluación	D
					84