Castilla-La Mancha

PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA

DEPARTAMENTO DE COMERCIO Y MARKETING

MÓDULO: COMERCIO ELECTRÓNICO

CGM 2º Actividades Comerciales

PROFESOR: Mar Martín Linde

CURSO
2023/2024

I E S A LDEBARAN –FUENSALIDA (TOLEDO)

ÍNDICE

A · Introducción 3
B · Objetivos, competencias, contenidos y criterios de evaluación. 4
B1 · Objetivos 4
B2 · Competencias profesionales, personales y sociales 5
B3 · Contenidos 6
B4 · Secuenciación de los contenidos 10
B5 · Criterios de evaluación 10
C · Metodología, temporalización, espacios y agrupamientos; materiales y recursos didácticos; y medidas de inclusión educativa 13
C1 · Proceso de enseñanza-aprendizaje 13
C2 · Metodología 13
C3 · Utilización y distribución de agrupamientos, espacios y tiempos 16
C4 · Utilización y distribución de los materiales y recursos didácticos 16
C5 · Medidas de inclusión educativa 17
D · Actividades complementarias 18
E · Procedimientos de evaluación y criterios de calificación y de recuperación 19
F · Indicadores, criterios, procedimientos, temporalización y responsables de la evaluación del proceso de enseñanza y aprendizaje 27

A · Introducción

El Ciclo Formativo de Técnico en Actividades Comerciales, está enmarcado en la Familia Profesional de Comercio y Marketing.

La competencia general de este título consiste en desarrollar actividades de distribución y comercialización de bienes y/o servicios, y en gestionar un pequeño establecimiento comercial, aplicando las normas de calidad y seguridad establecidas y respetando la legislación vigente.

La formación diseñada en el módulo "Comercio electrónico" da respuesta a la profesionalidad definida en la Unidad de Competencia*: Realizar la venta de producto y/o servicios a través de los diferentes canales de comercialización,*

La programación, que se expone a continuación, y la correspondiente adaptación que se considere deben alcanzar los objetivos marcados para el módulo en:

- Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el Título de Técnico en Actividades Comerciales y se fijan sus enseñanzas mínimas.
- Decreto 50/2014, de 26/07/2012, por el que se establece el currículo del ciclo formativo de grado medio correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales en la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha.

A. 1- ANÁLISIS DEL ENTORNO

El I.E.S. Aldebarán se ubica en la localidad de Fuensalida, Toledo, situada en el norte de la provincia con una población de 11 785 habitantes. Posee diversas fábricas dedicadas a la elaboración y distribución de calzado, contando con un centro tecnológico especializado para dicho sector (ASIDCAT) y de muebles de madera tradicionales de la provincia de Toledo. Las tierras circundantes son ricas en olivares, con una almazara productora de aceite de oliva virgen en el propio pueblo, y en viñas, con varias bodegas y cooperativas vitivinícolas pertenecientes a la Denominación de origen Méntrida. Tiene un sector comercial importante basado principalmente en la industria del calzado por lo que se justifica la existencia del ciclo.

El alumnado tiene un amplio componente inmigrante, pero al ser segundas y terceras generaciones no existen prácticamente problemas de adaptación

B · Objetivos, competencias, contenidos y criterios de evaluación.

B1 · Objetivos

Los objetivos generales incluidos en el currículo que afectan a este módulo 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.

B2 · Competencias profesionales, personales y sociales

Las competencias profesionales, personales y sociales del módulo de Comercio Electrónico son las siguientes:

g) Realizar acciones de comercio electrónico, manteniendo la página web de la empresa y los sistemas sociales de comunicación a través de Internet, para cumplir con los objetivos de comercio electrónico de la empresa definidos en el plan de marketing digital.

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

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

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

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

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

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

B3 · Contenidos

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

– **Plan de marketing digital.**

– Alta en buscadores y en directorios especializados.

– **Características específicas del cliente online.**

– Boletines electrónicos enviados con email marketing.

– Diseño de blogs corporativos: modalidades.

– Marketing en buscadores: SEM, SEO y campañas en páginas afines.

– Normativa sobre comunicaciones electrónicas y privacidad.

– Pagos con dinero electrónico y pagos en línea.

– Marketing de afiliación.

– Marketing relacional y la gestión de la relación con los clientes (CRM).

– Cross marketing.

– Marketing viral.

– Marketing one-to-one.

– Aplicaciones del mobile marketing y TDT, entre otros.

– Internet TV, videoblogs y web TV, entre otros.

2. Realización de acciones de compraventa online:

– Idea y diseño de una tienda virtual.

– Catálogo de productos online.

– Selección y registro de dominio.

– Modelos de negocio digital: portales horizontales, B2B y B2C, entre otros.

– Escaparate web. Catálogo electrónico.

– Control logístico de las mercancías vendidas online.

– La reclamación como instrumento de fidelización del cliente.

– Medios de pago electrónico.

– Períodos de reflexión y cancelaciones.

– Seguridad en las transacciones electrónicas: cifrado, firma digital, certificados digitales y DNI electrónico.

– Encriptación.

– Negocios electrónicos: e-shop, e-mail, e-procurement, e-marketplace y e-auction, entre otros.

2. Realización del mantenimiento de la página web:

– Estructurar una página web corporativa.

– Lenguaje HTML.

– Creación de páginas web con los editores web más usuales.

– Elección del servidor para alojar páginas web.

– Publicación de páginas web vía FTP.

– Alta en buscadores.

– Programas de diseño gráfico y otras utilidades para la web.

– Catálogo online.

– Flujos de caja y financiación de la tienda online.

– Zonas calientes y zonas de usuario.

– El carrito de la compra online.

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.

– Telefonía por Internet.

– Los foros: leer y escribir en un foro.

– Los grupos de discusión.

– Redes sociales.

– Weblogs, blogs o bitácoras.

– Redes sociales para empresas.

– Añadir elementos a una página de una red social.

– Utilizar elementos fotográficos y audiovisuales en una página de una red social.

– Añadir aplicaciones profesionales a una página.

– Cómo buscar un grupo interesante.

– Crear una red de contactos influyentes.

– Comprar y vender en redes sociales.

5. Utilización de entornos Web 2.0:

– Concepto y características.

– Funcionalidades: opiniones y foros de usuarios.

– Reputación corporativa online.

– Objetivos que hay que alcanzar.

– Herramientas del marketing online utilizadas en la Web 2.0.

– Webs integradas.

– 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.

Los contenidos mínimos aparecen recogidos en negrita. El resto son contenidos complementarios..

B4 · Secuenciación de los contenidos

(120 horas totales del módulo: 6h x semana)

EVALUACIÓN	CONTENIDOS
1ª (12 semanas)	1. Aplicación de las directrices del plan de marketing digital 2. Realización de acciones de compraventa online 3. Realización del mantenimiento de la página web. I
2ª (10 semanas)	4. Realización del mantenimiento de la página web. II. 5. Utilización de entornos Web 2.0 6. Tienda virtual .Establecimiento de relaciones con otros usuarios de la red

B5 · Criterios de evaluación

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
1. Aplica las directrices del plan de marketing digital de la empresa, participando en su ejecución y sostenimiento.	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 ejecutado los procesos de posicionamiento y marketing online. c) Se han ejecutado los procesos de publicidad y promoción online ajustados a la normativa legal existente. d) Se han identificado los elementos que configuran el marketing de buscadores. e) Se han evaluado los desafíos del marketing electrónico: la confianza en los medios de pago, los problemas logísticos y la seguridad. f) Se han gestionado electrónicamente las relaciones con

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

	de generar tráfico orientado e interesado en lo que se ofrece.
4. Establece foros de comunicación entre usuarios, utilizando las redes sociales de ámbito empresarial.	**a) Se han utilizado programas web para mantener cibercharlas de texto.** **b) Se han manejado aplicaciones de mensajería instantánea.** c) Se han aplicado sistemas de comunicación oral que utilizan solo sonido o sonido e imagen. d) Se han propuesto temas de contenido profesional a través de blogs temáticos. **e) Se han establecido contactos sobre temas concretos a través de blogs temáticos de contenido profesional.** f) Se han efectuado comunicaciones, publicidad y ventas con otros usuarios de la red a través de redes sociales. **g)** 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.	a) Se han definido los modelos y funcionalidades Web 2.0. existentes en la red. b) Se han utilizado los recursos gratuitos y libres incluidos en los sitios 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 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. e) Se han seleccionado las acciones necesarias para integrar el comercio electrónico con funcionalidades propias de la Web 2.0.

C · Metodología, temporalización, espacios y agrupamientos; materiales y recursos didácticos; y medidas de inclusión educativa

C1 · Proceso de enseñanza-aprendizaje

Las líneas de actuación en el proceso de enseñanza-aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo versarán sobre:

- Aplicación de técnicas de marketing digital.
- Gestión del catálogo digital de artículos y/o servicios.
- Atención de las ventas gestionadas desde la tienda virtual.
- Utilización de aplicaciones informáticas de creación y mantenimiento de páginas web.
- Inclusión de contenidos comerciales en redes sociales

C2 · Metodología

La metodología general aplicable a los alumnos de Formación Profesional parte de la base de que son alumnos matriculados en una enseñanza voluntaria y que, en consecuencia, tienen suficiente motivación para el estudio. Sin embargo, no debemos olvidar que existen diversas situaciones o hechos que hacen necesario un estímulo por parte del profesor.

No obstante, hemos de mencionar que al tratarse de un ciclo de grado medio, generalmente los alumnos suelen estar motivados y ser bastante competitivos, pues muchos de nuestros alumnos cursan estos estudios con el fin de introducirse en el mercado laboral.

Al inicio de las clases, se realizará una sesión de contacto y conocimiento de los alumnos del ciclo, en la que se recogerá datos relevantes sobre formación recibida a lo largo de los últimos años, nivel académico, forma de acceso al ciclo (prueba de acceso, ESO, bachillerato...), posible experiencia profesional…

Esta información será de gran utilidad al profesor, pues en el caso de alumnos que no proceden de la ESO o el bachillerato, se tendrán que realizar algunas actividades de refuerzo para la adquisición de ciertos contenidos.

La metodología aplicada en el desarrollo de la programación de este módulo ha sido coordinada a nivel de Centro, de Departamento y de Equipo Docente del curso.

Cumpliendo con la legislación actual, se desarrollará bajo los siguientes principios metodológicos:

- La educación es un proceso en construcción.
- En ese proceso, el profesor y el alumno han de ser activos.
- El aprendizaje a conseguir ha de ser un aprendizaje significativo.

También se considerará:

- Partir del nivel de desarrollo del alumnado y de sus aprendizajes previos.
- Proporcionar situaciones de aprendizaje que resulten motivadoras para el alumno o la alumna.
- Proporcionar situaciones de aprendizaje al alumnado para que reflexione y justifique su actuación.
- Promover la interacción en el aula como motor de aprendizaje: Participativa.

Cada unidad de trabajo se divide en las siguientes fases:

- Fase de motivación, de detección de ideas previas, de desarrollo, de detección de ideas finales, de recuperación o ampliación y de comprobación.

Las estrategias didácticas globales para cada una de las fases de las unidades de trabajo serán: presentación de contenidos de forma expositiva o deductiva, actividades de descubrimiento guiado,

realización de proyectos, actividades de campo, resolución de problemas, actividades de investigación libre, actividades expositivas y actividades de concreción de ideas.

Las estrategias didácticas específicas o actividades de aprendizaje de las unidades de trabajo se fundamentarán en lo siguiente:

- Al iniciar cada unidad de trabajo, **explicar al alumnado cuáles son los objetivos que se persiguen y dispondrán de un guion o mapa conceptual de desarrollo de la unidad de trabajo**. Servirá para ubicar al alumno/a en el contexto de la unidad.
- Como elemento motivacional, se plantearán preguntas próximas a la realidad del alumnado.
- Planteamiento de alguna pregunta sugerente al finalizar la clase, como enlace en la siguiente sesión.
- Es necesario adoptar estrategias que eviten que el alumno/a se sienta avergonzado e inseguro. Se debe fomentar la participación y **evitar respuestas del tipo SÍ o NO, para buscar el razonamiento, la justificación, la exposición, etc.**
- Se pueden fundamentar nuestras explicaciones en errores que el alumnado suele cometer habitualmente, tanto en la práctica como en la teoría.
- Ofrecer al alumnado diversos textos o lecturas para que preceda a su análisis y reflexión.
- Es aconsejable la repetición de contenidos que consideremos como fundamentales.
- Toda exposición deberá incorporar una aproximación de los contenidos a la realidad y, si es posible, asociarlos a hechos, situaciones y circunstancias que demuestren que su conocimiento es útil. Utilización de ejemplos.
- Utilizar todo tipo de información escrita y audiovisual necesaria para la transmisión de conocimientos. (Prensa, revistas, informes, páginas web específicas, diarios digitales, etc.)
- En la resolución de problemas teóricos y prácticos no se debe limitar a la resolución de problemas idénticos, sino plantear razonamiento y construcción sobre diversas variables.
- También, se utilizarán actividades del tipo de debates, torbellinos de ideas, representaciones gráficas, elaboración y exposición de trabajos.

C3 · Utilización y distribución de agrupamientos, espacios y tiempos

El espacio utilizado para el desarrollo del proceso de enseñanza-aprendizaje será el aula específica del ciclo formativo. Ésta, cuenta con ordenadores personales para cada alumno y conexión a Internet. Por tanto, se utilizará el equipamiento informático en el momento que la actividad lo requiera (fomentando la utilización de las TIC). También, se utilizará otro material didáctico relacionado con el ciclo, proyector y mueble de audiovisuales (televisor, vídeo y cadena musical). Además, se saldrá del aula cuando sea necesario para el desarrollo de algún tipo de actividad complementaria, extraescolar o para la utilización de la biblioteca del Centro.

Los agrupamientos serán heterogéneos, de 2-3 personas, y se realizarán para actividades de búsqueda de información y de trabajo de campo cuando sean estrictamente necesarias . Serán formados por el profesor para garantizar, dentro de cada grupo, alumnos y alumnas con diferentes recursos personales, bibliográficos, de habilidades y de conocimientos. Durante el resto del tiempo, el trabajo será individualizado. En el caso de trabajo en equipo se velara para que el trabajo se distribuya equitativamente entre los miembros de cada grupo.

El tiempo dedicado al desarrollo de las clases o sesiones de la unidad de trabajo se dividirá en: tiempo inicial de recuerdo, de presentación del nuevo contenido, de exposición o desarrollo, de refuerzo y de concreción.

C4 · Utilización y distribución de los materiales y recursos didácticos

- Material didáctico facilitado por el profesor.
- Libro de texto recomendado: Comercio electrónico. Editex. 2016. COMERCIO ELECTRÓNICO CASTAÑO DIEZ, JUAN JOSÉ; CERÓN JURADO, SUSANA. ISBN: 9788490785232
- Medios informáticos (presentaciones powerpoint, tutoriales y/o links para confección de tienda virtual y/o página web, etc).
- Fotocopias.
- Biblioteca de aula.
- Medios audiovisuales.

C5 · Medidas de inclusión educativa

La amplia diversidad que nos podemos encontrar en el aula dentro del grupo ordinario, tales como, alumnos extranjeros, alumnos superdotados intelectualmente, o alumnos con necesidades educativas especiales, hace necesario llevar a cabo en la mayoría de los casos, una adaptación en el ritmo de aprendizaje. Esto se hace particularmente significativo en este módulo donde suelen convivir alumnos con conocimientos informáticos muy avanzados, junto a otros/as con escasos rudimentos sobre la materia

En el caso de alumnos que no proceden del bachillerato o de la ESO, o que han accedido mediante prueba, se tendrán que realizar clases de refuerzo para que algunos de los conceptos que no conocían les fuesen explicados más ampliamente. Asimismo, se les propondrá la realización de trabajos individuales para comprobar si se ha comprendido lo explicado en la clase. Incluso en algunos casos, los propios alumnos serán los que colaboren en estas tareas de refuerzo con el fin de ayudar a sus compañeros, lo que propiciará un excelente clima de compañerismo entre los mismos. (***Trabajo cooperativo***)**.** Se fomentara esta práctica como medio de estímulo de aprendizaje y de autoconfianza de parte del alumnado y de mejora del ambiente general de "espíritu de equipo" dentro del grupo.

Las medidas de inclusión educativa aplicadas al alumnado de los ciclos formativos son de carácter ordinario, no precisan de una organización muy diferente a la habitual y no afectan a los componentes prescriptivos del currículo.

Se pueden aplicar las siguientes medidas de inclusión educativa:

- Metodologías diversas: Para introducir formas diferentes de presentar contenidos o actividades como consecuencia de los distintos grados de conocimientos previos del alumnado, diferentes grados de autonomía, responsabilidades, etc. Nunca aplicar metodologías basadas en homogeneización o alumno medio, con recursos materiales y contenidos uniformes sin considerar niveles de partida y estilos de aprendizaje; tampoco las que hacen imposible la participación activa del alumnado.

- Actividades diferenciadas: Se deben de adaptar el grado de complejidad de las actividades y los requerimientos de la tarea a las posibilidades del alumnado. Se debe favorecer el ambiente de trabajo en grupo y la autonomía.

- Materiales didácticos no homogéneos: Amplia gama de actividades didácticas que respondan a diferentes grados de dificultad.

- Apoyo y refuerzo educativo individual en el proceso de enseñanza aprendizaje cuando sea necesario.

D · Actividades complementarias

Para que los alumnos completen la formación teórica y práctica recibida en el Centro se contempla la posibilidad de realizar las siguientes actividades:

- Visitas a empresas, centros comerciales u organismos relacionados con el Ciclo Formativo.
- Asistencia a ponencias, ferias o exposiciones en la provincia o alrededores.

Las fechas previstas para la realización de estas actividades quedan pendientes de concretar y se determinaran a lo largo del curso de acuerdo con el departamento y Dirección del centro educativo.

E · Procedimientos de evaluación y criterios de calificación y de recuperación

La evaluación será continua e integradora en cuanto que estará inmersa en el proceso de enseñanza-aprendizaje del alumnado sin óbice de la realización de controles periódicos (exámenes) sobre la asimilación de los contenidos con un enfoque claramente practico. La aplicación del proceso de

evaluación continua a los alumnos requiere la asistencia regular a las clases y actividades programadas para el módulo profesional.

Los contenidos de carácter práctico se trabajarán mediante actividades de clase y simulaciones de casos prácticos empleando la observación directa, actividades de clase o ejercicios prácticos como instrumentos de evaluación mientras que los criterios de matiz teórico se evaluarán, principalmente, mediante pruebas objetivas teórico-prácticas, batería de preguntas en clase o la realización de trabajos específicos.

Para conseguir los RRAA por parte de los alumnos, se realizarán una o varias pruebas objetivas a lo largo del trimestre, según el profesor decida, que permitan evaluar los CCEE de carácter teórico que así lo requieran. Para evaluar aquellos CCEE de carácter práctico que requieran de la entrega de ejercicios o trabajos, éstos deberán entregarse dentro del plazo determinado por el profesor pues no se recogerán entregas fuera de plazo.

Calificación de cada resultado de aprendizaje (RRAA)

Cada RRAA se evaluará independientemente de los demás, obteniéndose una calificación numérica de 0 a 10.

Cada CCEE dentro del RRAA tendrá un peso en función de su relevancia.

Para que un RRAA sea considerado superado, el alumno deberá tener una calificación promedio >= 5 y una calificación mínima de 5 en los CCEE categorizados como básicos.

Calificación final del módulo

En cada sesión de evaluación se calificará el módulo con una nota entera de 1 a 10. Esta nota se obtendrá de redondear la nota media ponderada de las calificaciones de los resultados de aprendizaje

Se trata de un proceso de evaluación continua, en donde se realizarán distintas pruebas. Los alumnos/as

que no consigan todos los objetivos o tengan dificultades en superar la evaluación, tendrán posibilidad de realizar actividades de recuperación.

Los alumnos que asistan regularmente a clase serán calificados (de 1 a 10) teniendo en cuenta una serie de criterios.

En la presentación de documentos y de trabajos se valorarán: creatividad, originalidad, el trabajo de investigación, claridad de conceptos, redacción y presentación.

Los trabajos entregados por los alumnos fuera del plazo fijado, sin causa justificada, no serán admitidos para su calificación en ese momento de evaluación. Sí se podrá incorporar a la nota total de calificación, posteriormente, en el plazo de recuperación previsto.

La calificación total será de uno a diez puntos (suma de la media ponderada aplicando los criterios de calificación). Se considerará la evaluación parcial aprobada cuando la suma ponderada sea igual o superior a 5, y cumple los requisitos mencionados anteriormente.

La evaluación parcial se considerará suspensa cuando en alguno de los instrumentos de evaluación (pruebas objetivas, trabajos, presentaciones, etc.) mencionados anteriormente no se obtenga la calificación mínima fijada de 5 para ser incorporados al cálculo de la calificación total de la evaluación parcial. Para su recuperación tendrán que realizar la actividad propuesta.

La calificación en la primera sesión de evaluación ordinaria del módulo profesional se obtiene mediante la media aritmética ponderada de las calificaciones obtenidas en los diferentes criterios de evaluación y sus resultados de aprendizaje.

Aquellos alumnos que no superen alguna de las evaluaciones parciales se les propondrán actividades de recuperación y realizarán una como prueba objetiva para su superación. Si la necesidad de recuperar, se debe a que no se han presentado los trabajos solicitados o los tienen con nota inferior a 5, bastará con que presenten éstos y obtengan en ellos una calificación igual o superior a 5.

Aquellos alumnos que no superen el módulo profesional en la primera convocatoria ordinaria deberán examinarse de los contenidos y criterios de evaluación pendientes del módulo mediante una prueba objetiva teórico-práctica en la segunda convocatoria ordinaria. La calificación final del módulo se obtendrá incorporando dicha calificación según ponderaciones propuestas en la programación.

La evaluación continua exige el seguimiento regular del alumno de las actividades programadas para el módulo profesional. **Con carácter general la asistencia a clase es obligatoria. Una asistencia inferior al ochenta por ciento de las horas de duración del módulo profesional supondrá la pérdida del derecho a la evaluación continua.** Las faltas de asistencia debidamente justificadas no serán computables.

Los alumnos que hayan perdido el derecho a la evaluación continua tendrán derecho a realizar una prueba objetiva. Dicha prueba tendrá como objeto comprobar el grado de adquisición de los resultados de aprendizaje establecidos para el módulo profesional y en base a ella se realizará la calificación del alumno en la primera sesión de evaluación ordinaria.

En cualquier caso, el proceso de evaluación de este módulo **se ajustará a lo establecido en Orden de 29/07/2010, de la Consejería de Educación, Ciencia y Cultu**ra, por la que se regula la evaluación, promoción y acreditación académica del alumnado de formación profesional inicial del sistema educativo de la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha.

En la siguiente tabla se presentan los criterios de evaluación (CCEE) de cada resultado de aprendizaje (RRAA), los respectivos instrumentos empleados y las ponderaciones aplicables como criterio de calificación.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN:

	RESULTADOS DE APRENDIZAJE (RRAA) (Criterios de evaluación - CCEE)	Instrumento de evaluación	% Nota final	UT
1. Aplica las directrices del plan de marketing digital de la empresa, participando en su ejecución y sostenimiento.			**20%**	**UT 1**
B	a) Se han examinado las características generales y particulares de un plan de marketing digital capaz de alcanzar los objetivos comerciales de la empresa.	Actividades aula / Prueba escrita	10%	
B	b) Se han ejecutado los procesos de posicionamiento y marketing online.	Actividades aula / Observación directa	15%	
	c) Se han ejecutado los procesos de publicidad y promoción online ajustados a la normativa legal existente.	Actividades aula / Observación directa	15%	
	d) Se han identificado los elementos que configuran el marketing de buscadores.	Actividades de aula/ Prueba escrita	20%	
B	e) Se han evaluado los desafíos del marketing electrónico: la confianza en los medios de pago, los problemas logísticos y la seguridad.	Prueba escrita	15%	
	f) Se han gestionado electrónicamente las relaciones con los clientes, definiendo el programa de fidelización y las herramientas que se van a utilizar.	Práctica	10%	
	g) Se han reconocido las nuevas tendencias de comunicación y relación con el cliente en el marketing digital.	Actividades Aula Prueba escrita	15%	

2. Realiza las acciones necesarias para efectuar ventas online, aplicando las políticas de comercio electrónico definidas por la empresa.			**20%**	**UT. 2**
	a) Se han establecido los parámetros necesarios para crear o adaptar un negocio online.	Prueba escrita	18%	
B	b) Se han definido acciones de captación de clientes enfocadas al comercio electrónico.	Prueba escrita	10%	
B	c) Se han identificado los modelos de negocio convencionales y electrónicos existentes en la red.	Prueba escrita	14%	
	d) Se ha diseñado una tienda virtual.	Práctica	26%	
B	e) Se ha planificado la gestión de los pedidos recibidos y todo el proceso logístico.	Práctica	10%	
B	f) Se han establecido los medios de pago que se van a utilizar.	Práctica	10%	
	g) Se han seleccionado los sistemas de seguridad que garanticen la privacidad e invulnerabilidad de las operaciones.	Práctica	12%	
3. Realiza el mantenimiento de la página web corporativa, la tienda electrónica y el catálogo online, utilizando aplicaciones informáticas y lenguajes específicos.			**20%**	**UT 3**
	a) Se han redactado sentencias en lenguaje de etiquetas de hipertexto (HTML).	Actividades de aula/prueba escrita	17%	
B	b) Se han utilizado programas comerciales para crear los ficheros que componen las páginas web.	Práctica	11%	
	c) Se ha registrado la dirección de páginas web con dominio propio o con alojamiento gratuito.	Observación	14%	
B	d) Se han enviado los ficheros web creados al servidor de Internet mediante programas especializados en esta tarea.	Práctica	15%	
B	e) Se han utilizado programas específicos de inclusión de textos, imágenes y sonido.	Práctica	20%	

B	f) Se ha construido una página web eficiente para el comercio electrónico.	Práctica	10%	
	g) Se han incluido en la web en laces de interés capaces de generar tráfico orientado e interesado en lo que se ofrece.	Práctica	13%	
4. Establece foros de comunicación entre usuarios, utilizando las redes sociales de ámbito empresarial.			**20%**	**UT 4**
B	a) Se han utilizado programas web para mantener cibercharlas de texto.	Práctica	13%	
B	b) Se han manejado aplicaciones de mensajería instantánea.	Práctica	15%	
B	c) Se han aplicado sistemas de comunicación oral que utilizan solo sonido o sonido e imagen.	Práctica	10%	
	d) Se han propuesto temas de contenido profesional a través de blogs temáticos.	Observación	18%	
B	e) Se han establecido contactos sobre temas concretos a través de blogs temáticos de contenido profesional.	Práctica	14%	
	f) Se han efectuado comunicaciones, publicidad y ventas con otros usuarios de la red a través de redes sociales.	Observación	14%	
	g) Se han generado contenidos audiovisuales y fotográficos de la actividad, productos y procesos comerciales.	Práctica	16%	
5. Utiliza entornos de trabajo dirigidos al usuario final (Web 2.0), integrando herramientas informáticas y recursos de Internet.			**20%**	**UT. 5**
B	a) Se han definido los modelos y funcionalidades Web 2.0. existentes en la red.	Observación/ Prueba escrita	15%	
	b) Se han utilizado los recursos gratuitos y libres incluidos en los sitios Web 2.0.	Práctica	25%	
B	c) Se han aplicado los resultados obtenidos en el entorno Web 2.0 mediante la información (feedback) proporcionada por los usuarios.	Observación/ Prueba escrita	18%	

	d) Se han realizado las tareas necesarias para que la empresa esté presente, además de en su propio sitio web, en buscadores, redes sociales, blogs y chats y foros, entre otros.	Práctica / Actividades aula	22%	
B	e) Se han seleccionado las acciones necesarias para integrar el comercio electrónico con funcionalidades propias de la Web 2.0.	Prueba escrita / Actividades aula	20%	

Los contenidos de carácter práctico se trabajarán mediante actividades de clase y simulaciones de casos prácticos empleando la observación directa, actividades de clase o ejercicios prácticos como **instrumentos de evaluación** mientras que los criterios de matiz teórico se evaluarán, principalmente, mediante pruebas objetivas teórico-prácticas, batería de preguntas en clase o la realización de trabajos específicos.

Para conseguir los RRAA por parte de los alumnos, se realizarán una o varias pruebas objetivas a lo largo del trimestre, según el profesor decida, que permitan evaluar los CCEE de carácter teórico que así lo requieran. Para evaluar aquellos CCEE de carácter práctico que requieran de la entrega de ejercicios o trabajos, éstos deberán entregarse dentro del plazo determinado por el profesor pues no se recogerán entregas fuera de plazo.

Calificación de cada criterio de evaluación (CCEE)

- Cada CCEE se evaluará y calificará independientemente de los demás con un valor de 0 a 10, considerándose que el CCEE ha sido logrado si la calificación es mayor o igual a 5.
- Para calificar cada CCEE se usarán los distintos instrumentos de evaluación indicados anteriormente. Por norma general, cada CCEE será evaluado por medio de un único instrumento de evaluación, salvo que el profesor decida que haya varios.
- Sin superar todos los criterios básicos el alumno no supera el módulo. Esto permitirá mayor objetividad de cara a realizar las recuperaciones en base a ellos cuando por cuestiones de viabilidad temporal sea imposible evaluarlos todos y para mejorar la objetividad a la hora de considerar si un RRAA se puede considerar logrado, cuando la calificación ponderada de todos los CCEE es >= 5 pero tiene CCEE no superados.

- En caso de que la demora en alguna entrega de trabajos o actividades tenga relación con algún criterio de evaluación básico, se le informará al alumno sobre el modo de proceder para su recuperación, que podrá ser:
  a) Entrega del mismo ejercicio o trabajo u otro similar el día asignado para recuperaciones. Se indicará la fecha con antelación.
  b) Prueba objetiva relacionada el día asignado para recuperaciones (en lugar de entregar el ejercicio se podrá realizar una prueba escrita o práctica, se indicará la fecha con antelación).

Calificación de cada resultado de aprendizaje (RRAA)

- Cada RRAA se evaluará independientemente de los demás, obteniéndose una calificación numérica de 0 a 10.
- Cada CCEE dentro del RRAA tendrá un peso en función de su relevancia.
- Para que un RRAA se considerado superado, el alumno deberá tener una calificación promedio >= 5 y una calificación mínima de 5 en los CCEE categorizados como básicos.

Calificación final del módulo

En cada sesión de evaluación se calificará el módulo con una nota entera de 1 a 10. Esta nota se obtendrá de redondear la nota media ponderada de las calificaciones de los resultados de aprendizaje, conforme a la siguiente tabla:

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	% PESO 1ª EVAL.	% PESO 2ªEVAL.	% PESO EVAL. ORDINARIA
1. Aplicación de las directrices del plan de marketing digital	20%		20%

2.Realización de acciones de compraventa online		20	20%
3.Realización del mantenimiento de la página web		20%	20%
4. Establecimiento de relaciones con otros usuarios de la red	20%		20%
5. Utilización de entornos Web 2.0	20%		20%
	60%	40%	100%

F · Indicadores, criterios, procedimientos, temporalización y responsables de la evaluación del proceso de enseñanza y aprendizaje

El profesor recogerá en forma de diario personal todas aquellas valoraciones que vayan resultando del desarrollo de la unidad de trabajo en todos y cada uno de sus elementos: distribución y selección de contenidos, objetivos, actividades, instrumentos de evaluación, etc.

A estas valoraciones se incorporarán las realizadas por los alumnos y alumnas surgidas de una dinámica de grupo con este tema a tratar o a través de un cuestionario.

También, se considerarán los resultados académicos obtenidos por el alumnado a nivel de consecución de los aprendizajes previstos.

La METODOLOGÍA aplicada para la evaluación de la programación será la siguiente:

A. En el Departamento se realizará una reunión, de forma mensual, para hacer un seguimiento de la programación en base a un guión predeterminado sobre la valoración de los contenidos y su distribución temporal, los criterios de evaluación, los criterios de calificación, la metodología, los materiales y recursos didácticos que se están utilizando, las actividades complementarias y extraescolares que están programadas, la inclusión educativa y la incorporación de los temas transversales.
B. Se consultará a los alumnos sobre la programación a través de un cuestionario y un pequeño debate sobre la misma, se analizarán sus resultados y se contemplarán en el acta.
C. Se analizará y criticará la información anterior y el Departamento extraerá las correspondientes conclusiones.
D. Por último, las valoraciones y propuestas de mejora para el próximo curso se reflejarán en la MEMORIA FINAL del Departamento.

CUESTIONARIO DE EVALUACIÓN PARA EL ALUMNADO

EVALUACIÓN	SI	NO	A VECES
1. ¿Cómo trabajamos en clase este módulo?			
Entiendo al profesor cuando explica.			
Las explicaciones del profesor son interesantes.			
Realizamos tareas en grupo.			
El profesor explica sólo del libro.			
Emplea otros recursos además del libro.			
Pregunto lo que no entiendo.			
2. ¿Cómo son las actividades?			
Las preguntas se corresponden con las explicaciones.			
El profesor sólo pregunta lo del libro.			
Las preguntas están claras.			
Las actividades se corrigen en clase.			
Las actividades son atractivas y participativas.			
En ocasiones, consultamos otros materiales didácticos.			
Me mandan demasiadas actividades.			
3. ¿Cómo es la evaluación?			

Las preguntas de los controles están claras.			
Lo que me preguntan lo hemos dado en clase.			
Tengo tiempo suficiente para contestar las preguntas.			
Los controles se comprueban en clase.			
Se tiene en cuenta el trabajo en clase.			
Se valora mi comportamiento en clase.			
Creo que, en general, la valoración de mi trabajo es justa.			
4. ¿Cómo es el ambiente de mi clase?			
Existe un buen ambiente para aprender.			
Me gusta participar en las actividades en grupo.			
Me llevo bien con mis compañeros y compañeras.			
En mi clase me siento rechazado.			
El trato entre nosotros es respetuoso.			
Me siento respetado por el profesor.			
Me llevo bien con el profesor.			
Los conflictos los resolvemos entre todos.			
En general, me encuentro a gusto en clase.			
5. Me gustaría hacer.....			

Lo que me gusta de mi clase es....	
Lo que menos me gusta de mi clase es....	
VALORACIÓN FINAL	
Como positivo	Como mejorable