

**CICLO FORMATIVO DE GRADO
MEDIO**

"ACTIVIDADES COMERCIALES"

Curso 2025-2026

PROGRAMACIÓN DEL

MÓDULO:

**"COMERCIO
ELECTRÓNICO"**



Comercio yMarketing

INDICE	Página
1. DATOS IDENTIFICATIVOS DEL MÓDULO.....	2
2. COMPETENCIAS PROFESIONALES.....	3
3. OBJETIVOS GENERALES.....	4
4. RESULTADOS DE APRENDIZAJE.....	5
5. OBTENCIÓN DE UNIDADES DE TRABAJO DEL MÓDULO PROFESIONAL A PARTIR DE LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE. MINIMOS EXIGIBLES.....	6
6. SECUENCIACIÓN DE LOS CONTENIDOS.....	11
7. DESARROLLO DE CADA UNIDAD DE TRABAJO. CONTENIDOS.....	12
8. DISTRIBUCIÓN TEMPORAL DE LOS CONTENIDOS.....	19
9. METODOLOGÍA DIDÁCTICA.....	20
10. EVALUACIÓN.....	21
10.1. PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN.....	21
10.2. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN.....	22
10.3. PONDERACIÓN DE LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN.....	22
10.4. ACTIVIDADES DE RECUPERACIÓN Y EVALUACIÓN EXTRAORDINARIA DE JUNIO.....	25
10.5. NORMAS SOBRE ASISTENCIA A CLASE.....	25
11. INCORPORACIÓN DE LOS CONTENIDOS TRANSVERSALES.....	26
12. INSTALACIONES, MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS.....	26
13. MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD DE LOS/LAS ALUMNOS/AS.....	27
14. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES.....	27
15. EL MÓDULO PROFESIONAL COMERCIO ELECTRÓNICO EN LA ENSEÑANZA A DISTANCIA/VIRTUAL.....	28

1. DATOS IDENTIFICATIVOS DEL MÓDULO

Módulo Profesional	COMERCIO ELECTRÓNICO
Código	1235
Ciclo Formativo	ACTIVIDADES COMERCIALES
Nivel Profesional	GRADO D DE FORMACIÓN PROFESIONAL
Curso	2º
Duración	124 horas
Tipo de módulo Unidades de competencia	Módulo asociado al perfil del título
Objetivos Generales del Ciclo	k), l), q), r), s) y t)
Competencias del Título	g), m), n), ñ), o), p) y q)
Normativa que regula el título	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico en Actividades Comerciales y se fijan sus enseñanzas mínimas. (BOE del 27/12/2011)</i> • <i>Decreto 56/2013, de 24 de julio, por el que se establece el currículo del ciclo formativo de Grado Medio de Formación Profesional en Actividades Comerciales.</i> • <i>Decreto 103/2025, de 25 de agosto, por el que se regula el diseño, la organización general y el currículo de las ofertas formativas del Sistema de Formación Profesional en el Principado de Asturias.</i>
Referente europeo	CINE-3b (Clasificación Internacional Normalizada de la Educación).
Especialidad del Profesorado	Procesos Comerciales (Profesora Técnica o Profesor Técnico de Formación Profesional)
Familia Profesional	COMERCIO Y MARKETING

2. COMPETENCIAS PROFESIONALES.

Competencias Profesionales (CP): Según Real Decreto 1573/2011, de 4 de noviembre.

Relación de Competencias profesionales, respetando la letra con la que aparece en el Real Decreto.

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.

3. OBJETIVOS GENERALES.

Objetivos Generales (OG): Según Real Decreto 1573/2011, de 4 de noviembre.

Relación de Objetivos generales, respetando la letra con la que aparece en el Real Decreto.

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

4. RESULTADOS DE APRENDIZAJE.

Resultados de aprendizaje (RA): Según Real Decreto 1573/2011, de 4 de noviembre.

Relación de Resultados de aprendizaje, respetando el número con el que aparece en el Real Decreto.

1. Aplica las directrices del plan de marketing digital de la empresa, participando en su ejecución y sostenimiento.
2. Realiza las acciones necesarias para efectuar ventas online, aplicando las políticas de comercio electrónico definidas por la empresa.
3. Realiza el mantenimiento de la página web corporativa, la tienda electrónica y el catálogo online, utilizando aplicaciones informáticas y lenguajes específicos.
4. Establece foros de comunicación entre personas usuarias, utilizando las redes sociales de ámbito empresarial.
5. Utiliza entornos de trabajo dirigidos a personas usuarias finales (Web 2.0), integrando herramientas informáticas y recursos de Internet.

5. OBTENCIÓN DE UNIDADES DE TRABAJO DEL MÓDULO PROFESIONAL A PARTIR DE LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE. MINIMOS EXIGIBLES

Resultados de aprendizaje (RA) y Criterios de Evaluación (CE)	MINIMOS PARA ESTA UNIDAD	UNIDADES DE TRABAJO (UT)
<p>RA 1. Aplica las directrices del Plan de <i>Marketing</i> Digital de la empresa, participando en su ejecución y sostenimiento.</p> <p>CRITERIOS DE EVALUACIÓN:</p> <ol style="list-style-type: none"> Se han examinado las características generales y particulares de un Plan de <i>Marketing</i> Digital capaz de alcanzar los objetivos comerciales de la empresa. Se han ejecutado los procesos de posicionamiento y <i>Marketing Online</i>. Se han ejecutado los procesos de publicidad y promoción <i>online</i> ajustados a la normativa legal existente. Se han identificado los elementos que configuran el <i>Marketing</i> de Buscadores. Se han evaluado los desafíos del <i>Marketing</i> Electrónico: la confianza en los medios de pago, los problemas logísticos y la seguridad. Se han gestionado electrónicamente las relaciones con la clientela, definiendo el programa de fidelización y las herramientas que se van a utilizar. Se han reconocido las nuevas tendencias de comunicación y relación con el cliente o clienta en el <i>Marketing</i> Digital. 	<ul style="list-style-type: none"> - Conoce las características de un plan de marketing digital. - Ejecuta correctamente los procesos de posicionamiento y marketing <i>on line</i>. - Identifica los elementos que configuran el marketing de buscadores. - Evalúa los desafíos principales del marketing on line como son: la confianza en los medios de pago, los problemas logísticos y la seguridad. - Gestiona un programa de fidelización de clientes. - Valora y analiza las nuevas tendencias de comunicación digital. 	<p>UT 01: Aplicación de las directrices del plan de marketing digital.</p>

Resultados de aprendizaje (RA) y Criterios de Evaluación (CE)	MINIMOS PARA ESTA UNIDAD	UNIDADES DE TRABAJO (UT)
<p>RA 2. Realiza las acciones necesarias para efectuar ventas online, aplicando las políticas de comercio electrónico definidas por la empresa.</p> <p>CRITERIOS DE EVALUACIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Se han establecido los parámetros necesarios para crear o adaptar un negocio online. b) Se han definido acciones de captación de clientela enfocada 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. 	<ul style="list-style-type: none"> - Conoce los parámetros necesarios para crear o adaptar un negocio online. - Establece acciones de captación de clientela enfocada al comercio electrónico. - Identifica los modelos de negocio convencionales y electrónicos existentes en la red. - Sabe diseñar una tienda virtual - Planifica gestión de pedidos - Establece medios de pago - Conoce los los sistemas de seguridad que garanticen la privacidad e invulnerabilidad de las operaciones 	<p>UT 02: Realización de acciones de compraventa online.</p>

Resultados de aprendizaje (RA) y Criterios de Evaluación (CE)	MINIMOS PARA ESTA UNIDAD	UNIDADES DE TRABAJO (UT)
<p>RA 3. Realiza el mantenimiento de la página web corporativa, la tienda electrónica y el catálogo online, utilizando aplicaciones informáticas y lenguajes específicos.</p> <p>CRITERIOS DE EVALUACIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Se han redactado sentencias en lenguaje de etiquetas de hipertexto (HTML). b) Se han utilizado programas comerciales para crear los 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. 	<ul style="list-style-type: none"> - Conoce el lenguaje de etiquetas de hipertexto (HTML). - Sabe utilizar programas comerciales para crear los ficheros que componen las páginas web. - Conoce programas para enviar los ficheros web creados al servidor de Internet. 	<p>UT 03: Realización del mantenimiento de la página web.</p>

Resultados de aprendizaje (RA) y Criterios de Evaluación (CE)	MINIMOS PARA ESTA UNIDAD	UNIDADES DE TRABAJO (UT)
<p>RA 4. Establece foros de comunicación entre personas usuarias, utilizando las redes sociales de ámbito empresarial.</p> <p>CRITERIOS DE EVALUACIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Se han utilizado programas web para mantener cibercharlas de texto. b) Se han manejado aplicaciones de mensajería instantánea. c) Se han aplicado sistemas de comunicación oral que utilizan solo sonido o sonido e imagen. d) Se han propuesto temas de contenido profesional a través de blogs temáticos. e) Se han establecido contactos sobre temas concretos a través de blogs temáticos de contenido profesional. f) Se han efectuado comunicaciones, publicidad y ventas con otras personas usuarias de la red a través de redes sociales. g) Se han generado contenidos audiovisuales y fotográficos de la actividad, productos y procesos comerciales. 	<ul style="list-style-type: none"> - Conoce los programas de comunicación. - Conoce cómo se configuran aplicaciones de mensajería. - Conoce cómo emitir un mensaje via publicidad y de forma orgánica. 	<p>UT 4: Establecimiento de relaciones con otras personas usuarias de la red.</p>

Resultados de aprendizaje (RA) y Criterios de Evaluación (CE)	MINIMOS PARA ESTA UNIDAD	UNIDADES DE TRABAJO (UT)
<p>RA 5. Utiliza entornos de trabajo dirigidos a personas usuarias finales (Web 2.0), integrando herramientas informáticas y recursos de Internet.</p> <p>CRITERIOS DE EVALUACIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none"> 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 las personas usuarias. 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. 	<ul style="list-style-type: none"> - Conoce los fundamentos principales de posicionamiento web - Conoce las necesidades del comercio electrónico - Conoce el significado de Web 2.0. 	<p>UT 5: Utilización de entornos Web 2.0</p>

6. SECUENCIACIÓN DE LOS CONTENIDOS.

MÓDULO PROFESIONAL:		
SECUENCIA	Nº HORAS	DESCRIPCIÓN COMPLETA DE LA UT
UT 01	30	Aplicación de las directrices del plan de marketing digital: estudio de mercado, elementos, fases y sus herramientas, hasta que el alumnado pueda desenvolverse con soltura, realizando la simulación de un Plan de <i>Marketing</i> vía <i>Online</i> .
UT02	24	Realización de acciones de compraventa online. Acciones de compraventa <i>online</i> más habituales, así como las aplicaciones relacionadas con las mismas, estimulando tanto el uso de las nuevas tecnologías web como la puesta en marcha de las estrategias más adecuadas de promoción y difusión de los productos de la empresa.
UT 03	30	Realización del mantenimiento de la página web. construcción, utilización y mantenimiento de la página web.
UT 04	20	Establecimiento de relaciones con otras personas usuarias de la red. Los instrumentos de Internet que permiten establecer relaciones con otros usuarios y usuarias de la red. Un apartado muy importante será el de dar a conocer la normativa legal sobre páginas web.
UT 05	20	Utilización de entornos Web 2.0 Para el acercamiento del trabajo real de la empresa a la práctica del alumnado en el aula, se reforzarán los contenidos citados anteriormente con la utilización de programas informáticos de simulación en la creación de páginas web y su mantenimiento.

7. DESARROLLO DE CADA UNIDAD DE TRABAJO. CONTENIDOS

UT 01: Aplicación de las directrices del plan de marketing digital		
Nº de horas de la unidad: 30		
Conceptos	Procedimientos	Actitudes
<ul style="list-style-type: none"> - Plan de <i>Marketing</i> Digital: <ul style="list-style-type: none"> • Estudio de mercado. • Fases. • Estrategia. • Plan de Acciones. - Alta en buscadores y en directorios especializados. - Características específicas del cliente o clienta <i>online</i>. - Herramientas de <i>Marketing</i> Digital: <ul style="list-style-type: none"> • Diseño de <i>blogs</i> corporativos: modalidades, <i>Marketing</i> de Contenidos. • <i>Marketing</i> en Buscadores: SEM, SEO y campañas en páginas afines. • <i>Marketing</i> de Afiliación (<i>marketing</i> por resultados). • <i>Marketing</i> Viral. 	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de las características generales y particulares de un Plan de <i>Marketing</i> Digital capaz de alcanzar los objetivos comerciales de la empresa. - Identificación de los diferentes elementos que componen un Plan de <i>Marketing</i> Digital. - Utilización de las herramientas del <i>Marketing</i> Digital. - Análisis de las fases del Plan de <i>Marketing</i>. - Recopilación de información de las leyes que afectan a las acciones del <i>Marketing</i> Digital. - Configuración de altas en buscadores y directorios especializados. - Utilización de la gestión electrónica de las relaciones con la clientela, definiendo el programa de fidelización y las herramientas que se van a utilizar. - Ejecución de los procesos de posicionamiento y <i>Marketing Online</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> - Compromiso con los plazos establecidos en la ejecución de una tarea. - Autonomía en la realización de las tareas. - Actitud ordenada y metódica durante la realización de las tareas, y perseverancia ante las dificultades.

UT 01: Aplicación de las directrices del plan de marketing digital

Nº de horas de la unidad: 30

<ul style="list-style-type: none"> • <i>Marketing</i> Relacional y la gestión de la relación con la clientela (CRM). • <i>Marketing One-to-one</i>. • Boletines electrónicos enviados con <i>E-mail Marketing</i>. • <i>Cross Marketing</i>. • <i>Banners</i> y publicidad digital. • RSS (sindicación de contenidos). • Licencias <i>Creative Commons</i>. • Redes sociales. • Normativa sobre comunicaciones electrónicas y privacidad <ul style="list-style-type: none"> – Pagos con dinero electrónico y pagos en línea (páginas seguras https://). – Tipos de aplicaciones del <i>Mobile marketing</i> y TDT, entre otros. – Internet TV, <i>videoblogs</i> y web TV, entre otros. 	<ul style="list-style-type: none"> – Ejecución de los procesos de publicidad y promoción <i>online</i> ajustados a la normativa legal existente. – Evaluación de los desafíos del <i>Marketing Electrónico</i>: la confianza en los medios de pago, los problemas logísticos y la seguridad. – Reconocimiento de las nuevas tendencias de comunicación y relación con el cliente o clienta en el <i>Marketing Digital</i>.
--	---

UT 02: Realización de acciones de compraventa <i>online</i>		
Nº de horas de la unidad: 24		
Conceptos	Procedimientos	Actitudes
<ul style="list-style-type: none"> - Negocio digital - Creación del negocio digital - Políticas de comercio electrónico. - Sistemas de seguridad. - Pagos en línea y pagos con dinero electrónico. - Acciones de captación de clientes - Diseño tienda virtual - Gestión de pedidos y proceso logístico. 	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de las características y funciones del negocio digital. - Análisis de las ventajas e inconvenientes de la compraventa <i>online</i>. - Utilización de las herramientas de venta. - Establecimiento de los parámetros necesarios para crear o adaptar un negocio <i>online</i>. - Diseño de una tienda virtual. - Definición de acciones de captación de clientes y clientas enfocadas al comercio electrónico. - Identificación de los modelos de negocio convencionales y electrónicos existentes en la red y sus aplicaciones. - Planificación de la gestión de los pedidos recibidos y todo el proceso logístico. - Determinación de los medios de pago que se van a utilizar. - Selección de los sistemas de seguridad que garanticen la privacidad e invulnerabilidad de las operaciones. - Identificación de los aspectos legales en la compraventa. 	<ul style="list-style-type: none"> - Compromiso con los plazos establecidos en la ejecución de una tarea. - Actitud ordenada y metódica durante la realización de las tareas, y perseverancia ante las dificultades. - Interés por investigar soluciones técnicas ante problemas que se presenten.

UT 03: Realización del mantenimiento de la página web.

Nº de horas de la unidad: 30

Conceptos	Procedimientos	Actitudes
<ul style="list-style-type: none"> - Lenguaje de marcas de hipertexto (HTML). - Páginas web: <ul style="list-style-type: none"> • Normas de creación con los editores web más usuales. • Publicación vía FTP. • Estrategias de estructuración de una página corporativa. • Criterios de elección del servidor para alojar páginas web. • Programas de diseño gráfico y otras utilidades para la web. - Alta en buscadores (posicionamiento). - Catálogo <i>online</i>. - Flujos de caja y financiación de la tienda <i>online</i>. - Zonas calientes y zonas de usuario. - Carrito de la compra <i>online</i>. - Gestores de contenidos. - Posicionamiento en redes sociales. - Actualización de ofertas y promociones. - Publicación de noticias. - Modificación de contenidos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis del lenguaje de etiquetas de hipertexto (HTML). - Utilización de programas comerciales para crear ficheros web. - Conocimiento de programas para enviar ficheros web al servidor (FTP). - Revisión de la estructura web. - Aplicación de visión de usabilidad web y aspectos relacionados con CRO (optimización de cara a la conversión web). - Identificación de las técnicas básicas de posicionamiento web. - Establecimiento de pautas de dinamización de promociones y ofertas web. - Determinación del escaparate web. 	<ul style="list-style-type: none"> - Compromiso con los plazos establecidos en la ejecución de una tarea. - Actitud ordenada y metódica durante la realización de las tareas, y perseverancia ante las dificultades. - Interés por investigar soluciones técnicas ante problemas que se presenten.

UT 03: Realización del mantenimiento de la página web.		
Nº de horas de la unidad: 30		
<ul style="list-style-type: none"> - Dinamización de presencia en redes sociales. - Gestión de <i>banners</i> y publicidad. <p>Seguridad en Internet: <i>spam</i>, virus informáticos, <i>spyware</i>, <i>phising</i>.</p>		

UT 04: Establecimiento de relaciones con otras personas usuarias de la red.		
Nº de horas de la unidad: 20		
Conceptos	Procedimientos	Actitudes
<ul style="list-style-type: none"> - Relaciones con otros usuarios y usuarias: <ul style="list-style-type: none"> • Grupos de conversación o <i>chat</i>. • Servicio de mensajería instantánea. • Telefonía por Internet. • Lectura y escritura en un foro. • Grupos de discusión. • Redes sociales y para empresas. • <i>Weblogs</i>, <i>blogs</i> o bitácoras. - Añadir elementos a una página de una red social. - Utilización de elementos fotográficos y audiovisuales en una página de una red social. 	<ul style="list-style-type: none"> - Identificación de las ventajas y desventajas de las relaciones con otros usuarios y usuarias de la red. - Análisis de los instrumentos de Internet aplicables a las relaciones <i>online</i>. - Aplicación de estrategias para llevar a la página web de la empresa: <ul style="list-style-type: none"> - Señaladores. - Anuncios. - Búsquedas. - Enlaces. - Utilización de programas web para mantener cibercharlas de texto. - Manejo de aplicaciones de mensajería instantánea. - Aplicación de sistemas de comunicación oral que utilizan solo sonido o sonido e imagen. 	<ul style="list-style-type: none"> - Compromiso con los plazos establecidos en la ejecución de una tarea. - Interés por investigar soluciones técnicas ante problemas que se presenten. - Autonomía en la realización de las tareas.

UT 04: Establecimiento de relaciones con otras personas usuarias de la red.		
Nº de horas de la unidad: 20		
<ul style="list-style-type: none"> - Añadir aplicaciones profesionales a una página. - Búsqueda de un grupo interesante. - Creación de una red de contactos influyentes. - Compra y venta en redes sociales. - Plataformas de redes sociales. 	<ul style="list-style-type: none"> - Proposición de temas de contenido profesional a través de <i>blogs</i> temáticos. - Realización de comunicaciones, publicidad y ventas con otros usuarios y usuarias de la red a través de redes sociales. - Establecimiento de contactos sobre temas concretos a través de <i>blogs</i> temáticos de contenido profesional. - Generación de contenidos audiovisuales y fotográficos de la actividad, productos y procesos comerciales. - Realización de búsqueda de un grupo interesante. Identificación de los fraudes en Internet. 	

UT 05: Utilización de entornos Web 2.0		
Nº de horas de la unidad: 20		
Conceptos	Procedimientos	Actitudes
<ul style="list-style-type: none"> - Concepto y características. - Objetivos que hay que alcanzar. - Herramientas del <i>Marketing Online</i> utilizadas en la Web 2.0. - Conceptos básicos de diseño de sitios web: <ul style="list-style-type: none"> • Web estática y web dinámica. • Webs integradas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Identificación de los fundamentos de la Web 2.0. - Definición de los modelos y funcionalidades Web 2.0 existentes en la red. - Determinación de los principios básicos de la tecnología relacionada con Internet y el comercio electrónico. 	<ul style="list-style-type: none"> - Interés por investigar soluciones técnicas ante problemas que se presenten. - Actitud ordenada y metódica durante la realización de las tareas, y perseverancia ante las dificultades.

UT 05: Utilización de entornos Web 2.0		
Nº de horas de la unidad: 20		
<ul style="list-style-type: none"> - Funcionalidades: opiniones y foros de usuarios y usuarias. - Reputación corporativa <i>online</i>. - Redes sociales que integran a los consumidores y consumidoras como prescriptores. - Comunidades virtuales. - Fundamentos de los <i>blogs</i> y <i>microblogs</i>. - Implementación de estrategias de seguridad informática. - Los consumidores y consumidoras como participantes activos (prosumidores): opiniones de otros compradores o compradoras, ofertas cruzadas y comparativas, entre otras. 	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de las técnicas que se utilizan para construir una Web 2.0. - Utilización de los recursos gratuitos y libres incluidos en los sitios Web 2.0. - Aplicación de los resultados obtenidos en el entorno Web 2.0 mediante la información (<i>feedback</i>) proporcionada por los usuarios y usuarias. - Realización de tareas para fomentar la presencia de la empresa: en su propia web, en buscadores, redes sociales, <i>blog</i>, <i>chats</i> y foros, entre otros. - Selección de las acciones necesarias para integrar el comercio electrónico con funcionalidades propias de la Web 2.0. 	<ul style="list-style-type: none"> - Autonomía en la realización de las tareas.

8. DISTRIBUCIÓN TEMPORAL DE LOS CONTENIDOS

UNIDADES DE TRABAJO	HORAS PROPUESTAS
1ª EVALUACIÓN	
UT 1: Aplicación de las directrices del plan de marketing digital	30
UT 2: Realización de acciones de compraventa <i>on line</i>	24
2ª EVALUACIÓN	
UT 3: Realización del mantenimiento de la página web.	30
UT 4: Establecimiento de relaciones con otras personas usuarias de la red	20
EVALUACIÓN ORDINARIA	
UT 5: Utilización de entornos Web 2.0	20
TOTAL HORAS	124

9. METODOLOGÍA DIDÁCTICA

Según el Real Decreto 1538/2006, «la metodología didáctica de las enseñanzas de formación profesional integrará los aspectos científicos, tecnológicos y organizativos que en cada caso correspondan, con el fin de que el alumnado adquiriera una visión global de los procesos productivos propios de la actividad profesional correspondiente».

Los contenidos conceptuales encuentran su principal sentido en construir una base sólida para el desarrollo de los contenidos procedimentales. Deberán abordarse con la amplitud suficiente para poder responder a las situaciones más habituales que al alumnado se le van a presentar en el puesto de trabajo. Las actividades que se programen deberán ir dirigidas, en todo momento, al logro de los resultados de aprendizaje.

El módulo de Aplicaciones Informáticas va encaminado a que el alumnado adquiriera los conocimientos necesarios para desempeñar funciones relacionadas con el uso de herramientas informáticas, por lo que el proceso enseñanza-aprendizaje será eminentemente práctico, utilizando las herramientas informáticas que se precisen en cada proceso.

Para lograr el objetivo señalado anteriormente, se considera conveniente realizar, siempre, en primer lugar, una presentación de los contenidos y objetivos del bloque de contenidos que se vaya a trabajar, para que el alumnado tenga una visión global del mismo.

Tras ver los conceptos del bloque, será necesaria la realización de ejercicios totalmente prácticos, en los que se aplicarán los conocimientos adquiridos en la fase conceptual. Estos ejercicios es conveniente que, a medida que se vayan realizando, vayan incrementando el nivel de conocimientos y dificultad, e integrando en los ejercicios posteriores los aspectos vistos en los anteriores, porque, de este modo, a la vez que se incrementa el nivel de conocimientos, se refuerza lo aprendido anteriormente.

Por otra parte, dado el carácter eminentemente práctico de este módulo, es conveniente contemplar la posibilidad de realizar otras actividades que refuercen la motivación e interés del alumnado. Estas actividades podrían ser la realización de casos reales extraídos de medios de comunicación, empresas reales, supuestos de utilidad en otros módulos, etc.

Para finalizar, el profesorado de este módulo tiene que fomentar, al máximo, el trabajo en equipo, ya que, en el mundo empresarial, es absolutamente necesario el intercambio de trabajos, informes, datos, etc., realizados con las diferentes herramientas informáticas.

- **Ausencia sobrevenida y debidamente justificada por el alumno/a.**

En caso de que un alumnado se encuentre ausente por un motivo sobrevenido, debidamente justificado se le debe de garantizar la continuidad del proceso de enseñanza aprendizaje, estableciendo un plan de trabajo, que se dinamizará por medio de Teams o aulas virtuales y que permita aplicar los criterios de calificación del módulo correspondiente.

10. EVALUACIÓN

10.1. PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

Al inicio de curso se hace necesario establecer una **evaluación inicial** de los alumnos/as para tratar de comprobar los conocimientos previos y aplicar sus resultados a la organización del módulo. Esta evaluación se realizará mediante una entrevista o pequeña encuesta por parte del profesor en la que se preguntarán sobre contenidos clave en la materia, experiencias profesionales previas en la materia, expectativas, etc.

La evaluación formativa consiste en constatar el proceso de aprendizaje de cada alumno, a través de la observación sistemática por el profesor, con el fin de modificar o reforzar los contenidos que no hubiesen sido suficientemente asimilados. Se realizará mediante un examen, el seguimiento de sus trabajos diarios, la entrega de las actividades propuestas por el profesor, resolución de los casos prácticos, la realización de las actividades finales de cada unidad, exposiciones orales, la participación en clase y entrega de cualquier tipo de trabajo en la fecha solicitada por el docente.

Los instrumentos de evaluación y calificación a utilizar, para medir el nivel de adquisición de las capacidades por los alumnos/as, serán los siguientes:

a) Trabajo diario y participación en las clases

Se valorará la participación del alumno/a en las clases, su dedicación e interés por el trabajo, las intervenciones y explicaciones sobre las actividades y ejercicios propuestos, la transmisión de información adecuadamente, la predisposición y las actitudes del alumno/a tanto hacia la materia, como hacia los compañeros/as y el profesorado

Criterios de calificación: el **10%** de la calificación total.

b) Trabajos presentados, individuales y/o de grupo

Se valorarán en este apartado:

- la limpieza y presentación de los trabajos,
- la calidad y organización de los trabajos,
- claridad de los conceptos,
- participación en los debates y exposiciones,
- el uso de la terminología propia de la materia,
- la selección y uso de las fuentes de información adecuadas,
- la utilización de las aplicaciones informáticas disponibles,
- el trabajo en equipo,
- la capacidad de integrar los distintos conocimientos en la materia, etc.

Criterios de calificación:

Se asignará a este instrumento una valoración es del **30%** de la calificación.

c) Pruebas objetivas individuales (orales y escritas).

Pruebas objetivas, expresamente elaboradas y propuestas para la evaluación, que podrán consistir en:

- Pruebas tipo test o de respuesta alternativa.
- Preguntas de respuesta corta, sobre conceptos, definiciones, clasificaciones...
- Preguntas de desarrollo.
- Resolución de problemas o supuestos prácticos, análisis de textos, etc.

Se trata de evaluar, según los casos:

- El grado de conocimiento de los contenidos, conceptos, trámites, documentos y operaciones, etc.
- La comprensión y análisis de textos y normas y su interpretación y aplicación a casos concretos.
- La capacidad de razonamiento, así como la iniciativa y creatividad en la solución de problemas.

Criterios de calificación: se valorará el **60%** de la calificación total.

10.2. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

- Se entenderá por **calificación de la evaluación** la media obtenida por los distintos instrumentos evaluados que pueden ser, a su vez, ponderados según su importancia relativa dentro de la unidad, o grupo de unidades
- La evaluación se considera superada cuando la **calificación del módulo** sea igual o superior a 5.
- Aquellos alumnos y alumnas que no hayan superado la evaluación tendrán una prueba de recuperación por evaluación.
- La calificación del módulo profesional será la media aritmética de la calificación de las evaluaciones. Las calificaciones se formularán en cifras de 1 a 10, sin decimales
- Para aquellos alumnos/as que no hayan superado alguna de las evaluaciones deberán realizar al final del 2º trimestre, antes del período de realización del módulo de FCT, una “prueba” sobre los contenidos no superados, tanto teóricos como prácticos. La calificación tendrá los mismos criterios que la de las evaluaciones, (es decir se mantienen los porcentajes de los diferentes instrumentos)

10.3. PONDERACIÓN DE LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN

A continuación, se indica el peso ponderado de los criterios de evaluación:

C. E. Mixto/Empresa	RESULTADOS DE APRENDIZAJE/CRITERIOS DE EVALUACIÓN		PONDERACIÓN
Mixto	RA1.	Aplica las directrices del plan de marketing digital de la empresa, participando en su ejecución y sostenimiento.	30%
	a	Se han examinado las características generales y particulares de un plan de marketing digital capaz de alcanzar los objetivos comerciales de la empresa.	4,28%
	b	Se han ejecutado los procesos de posicionamiento y marketing online.	4,28%
	c	Se han ejecutado los procesos de publicidad y promoción online ajustados a la normativa legal existente.	4,28%
	d	Se han identificado los elementos que configuran el marketing de buscadores	4,28%
	e	Se han evaluado los desafíos del marketing electrónico: la confianza en los medios de pago, los problemas logísticos y la seguridad.	4,28%

	f	Se han gestionado electrónicamente las relaciones con los clientes, definiendo el programa de fidelización y las herramientas que se van a utilizar.	4,28%
	g	Se han reconocido las nuevas tendencias de comunicación y relación con el cliente en el marketing digital.	4,28%
C. E.	RA2.	Realiza las acciones necesarias para efectuar ventas online, aplicando las políticas de comercio electrónico definidas por la empresa.	20%
	a	Se han establecido los parámetros necesarios para crear o adaptar un negocio Online.	2,84%
	b	Se han definido acciones de captación de clientes enfocadas al comercio Electrónico.	2,84%
	c	Se han identificado los modelos de negocio convencionales y electrónicos existentes en la red.	2,84%
	d	Se ha diseñado una tienda virtual	2,84%
	e	Se ha planificado la gestión de los pedidos recibidos y todo el proceso logístico	2,84%
	f	Se han establecido los medios de pago que se van a utilizar.	2,84%
	g	Se han seleccionado los sistemas de seguridad que garanticen la privacidad e invulnerabilidad de las operaciones.	2,84%
C. E.	RA3.	Realiza el mantenimiento de la página web corporativa, la tienda electrónica y el catálogo online, utilizando aplicaciones informáticas y lenguajes específicos.	20%
	a	Se han redactado sentencias en lenguaje de etiquetas de hipertexto (HTML).	2,84%
	b	Se han utilizado programas comerciales para crear los ficheros que componen las páginas web.	2,84%
	c	Se ha registrado la dirección de páginas web con dominio propio o con alojamiento gratuito.	2,84%
	d	Se han enviado los ficheros web creados al servidor de Internet mediante programas especializados en esta tarea.	2,84%
	e	Se han utilizado programas específicos de inclusión de textos, imágenes y Sonido.	2,84%
	f	Se ha construido una página web eficiente para el comercio electrónico.	2,84%
	g	Se han incluido en la web enlaces de interés capaces de generar tráfico	2,84%

		orientado e interesado en lo que se ofrece.	
C. E.	RA4.	Establece foros de comunicación entre usuarios, utilizando las redes sociales de ámbito empresarial.	20%
	a	Se han utilizado programas web para mantener cibercharlas de texto.	2,84%
	b	Se han manejado aplicaciones de mensajería instantánea.	2,84%
	c	Se han aplicado sistemas de comunicación oral que utilizan solo sonido o sonido e imagen	2,84%
	d	Se han propuesto temas de contenido profesional a través de blogs temáticos.	2,84%
	e	Se han establecido contactos sobre temas concretos a través de blogs temáticos de contenido profesional.	2,84%
	f	Se han efectuado comunicaciones, publicidad y ventas con otros usuarios de la red a través de redes sociales.	2,84%
	g	Se han generado contenidos audiovisuales y fotográficos de la actividad, productos y procesos comerciales.	2,84%
C. E.	RA5.	Utiliza entornos de trabajo dirigidos al usuario final (Web 2.0), integrando herramientas informáticas y recursos de Internet.	10%
	a	Se han definido los modelos y funcionalidades Web 2.0. existentes en la red.	2%
	b	Se han utilizado los recursos gratuitos y libres incluidos en los sitios Web 2.0.	2%
	c	Se han aplicado los resultados obtenidos en el entorno Web 2.0 mediante la información (feedback) proporcionada por los usuarios.	2%
	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.	2%
	e	Se han seleccionado las acciones necesarias para integrar el comercio electrónico con funcionalidades propias de la Web 2.0.	2%

10.4. ACTIVIDADES DE RECUPERACIÓN Y EVALUACIÓN EXTRAORDINARIA DE JUNIO

El/La alumno/a que no haya superado el Módulo en la evaluación ordinaria de marzo (normativa anterior) o junio (normativa actual) podrá presentarse a la convocatoria extraordinaria de junio.

El/La alumno/a deberá realizar el programa de recuperación del módulo que presentará en junio al profesor o profesora del módulo.

Programa de recuperación del módulo profesional

El o la alumno o alumna deberá realizar un programa de recuperación que contendrá las actividades que deberán realizar para superar las dificultades que ocasionaron la calificación negativa del módulo.

Este programa de recuperación contendrá:

- La realización de trabajos y ejercicios sobre aquellos aspectos en que se hubiesen detectado mayores deficiencias.
- La repetición de determinadas actividades, cuando se hubiese observado que en su realización el/la alumno/a no dedicó el suficiente tiempo o esfuerzo.
- La realización de una prueba escrita sobre aquellos contenidos en los que se hubiese observado que el nivel de conocimientos del alumno/a es insuficiente.

El alumnado realizará estas actividades durante el tercer trimestre del año académico, **con docencia directa** por parte del profesorado responsable del módulo.

La calificación de dicha prueba extraordinaria será de 1 a 10 puntos, manteniéndose las ponderaciones del 40% para las actividades presentadas y del 60% para la prueba escrita.

10.5. NORMAS SOBRE ASISTENCIA A CLASE.

De acuerdo con lo establecido en el Reglamento de Régimen Interior del Centro y en el Proyecto Curricular del Ciclo, se aplicarán las siguientes normas:

1. Al tratarse de un Ciclo Formativo que se imparte en régimen presencial, será obligatoria la asistencia a las clases y demás actividades lectivas programadas para la obtención del título.
2. La evaluación de los alumnos/as será continua y estará orientada a la medición de las capacidades terminales fijadas para el Módulo. La aplicación del sistema de evaluación continua implica que la asistencia del alumno/a a las actividades programadas será obligatoria.
3. Las faltas de asistencia deberán ser justificadas por el alumno/a ante el tutor/a, considerándose causas válidas las contempladas como tales en la legislación laboral
4. El profesor/a responsable del Módulo llevará el control diario de asistencia del alumno/a, reflejando las ausencias en el parte mensual de faltas en la aplicación corporativa SAUCE. El tutor/a entregará periódicamente al alumno/a y/o su familia información sobre las faltas de asistencia.

11. INCORPORACIÓN DE LOS CONTENIDOS TRANSVERSALES

Se trabajarán con los alumnos, básicamente, los siguientes temas:

- **Educación multicultural**, partiendo de la aceptación de la propia identidad cultural se propiciará el respeto y la tolerancia hacia otras culturas.
- **Educación para la convivencia**, promoviendo el respeto, tanto en lo referente a las relaciones interpersonales entre alumnos y entre alumnos y profesores, no solo dentro del aula sino en cualquier lugar del recinto educativo (pasillos, biblioteca, etc.), como en lo relativo al material de uso común.
- **Educación medioambiental**, desarrollando una conciencia, tanto individual como colectiva, de responsabilidad hacia la protección y mejora de las condiciones del medio ambiente y de las distintas especies de seres vivos que forman parte de él, especialmente las que se encuentran en peligro de extinción.
- **Educación para la paz**, fomentando el respeto a otras sociedades diferentes, resaltando el entendimiento entre los individuos que las componen y promoviendo la tolerancia, el desarme y la cooperación.
- **Educación moral y cívica**, desarrollando una actitud de tolerancia ante las diferencias individuales de cualquier tipo.
- **Educación para la igualdad entre los sexos**, promoviendo la cooperación entre alumnos y alumnas y el reparto equilibrado de todo tipo de tareas.
- **Educación del consumidor**, desarrollando en los alumnos/as capacidades de comprensión de los mensajes publicitarios y actitudes críticas que les permitan valorar sus necesidades reales de consumo y la utilización de materiales reciclables.
- **Educación para la salud**, promoviendo hábitos de vida saludables que contribuyan a la prevención de enfermedades contagiosas (SIDA, etc.) y a evitar el consumo de drogas (tabaco, alcohol, etc.), así como a cumplir escrupulosamente las normas de seguridad e higiene en el manejo de instrumentos.

12. INSTALACIONES, MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS

- Ordenador (Internet)
- Cañón
- Visualización de videos sobre conferencias, reportajes, publicidad y situaciones profesionales más habituales, recomendados para determinadas unidades.
- Ordenadores para los alumnos con acceso a internet.
- Prensa diaria. Documentos y lecturas sobre las situaciones actuales relacionadas con el módulo y el ciclo formativo.
- Revistas especializadas.
- Documentación y apuntes facilitados por la profesora del Módulo.
- Documentación extraída por medios telemáticos

Libro de texto recomendado “COMERCIO ELECTRÓNICO” Editorial Editex.

13. MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD DE LOS/LAS ALUMNOS/AS

La diversidad es inherente a la condición humana y no es más que la expresión de la normalidad y la realidad de cada grupo. El alumnado tiene una diversidad de necesidades educativas debidas a múltiples factores intelectuales, físicos o sociales.

Se considera fundamental la interacción alumnado-contexto, de forma que alumnos situados en contextos diferentes pueden tener aprendizajes y desarrollos muy distintos.

El punto de partida de todo proceso educativo será la consideración de la totalidad del alumnado como diverso. Por ello, cualquier diseño curricular deberá tener en cuenta las diferencias de los alumnos.

Es muy importante a la hora de diseñar y organizar las actividades de enseñanza-aprendizaje, atender a la diversidad del grupo: Puede haber algunos alumnos que no consigan alcanzar los objetivos previstos y, por el contrario, puede haber otros que los alcancen sobradamente. En ambos casos, es necesario plantear alternativas.

En un ciclo formativo de grado superior, debido a las características del mismo y de la enseñanza de Formación Profesional en general, se considera necesario e imprescindible que el/la alumno/a alcance todos los objetivos mínimos marcados para los distintos módulos en sus programaciones docentes ya que solamente de esta forma se alcanzará el objetivo final del ciclo formativo, que es lograr un nivel de cualificación profesional que capacite para acceder al mundo del trabajo.

Por ello, debemos buscar estrategias variadas que nos permitan dar respuesta a la diversidad que presenta nuestro alumnado a través de diferentes vías ordinarias y extraordinarias.

Se puede atender a las distintas necesidades de aprendizaje de los alumnos mediante adaptaciones metodológicas que permitan ofrecer diferentes niveles de ayuda pedagógica a los alumnos/as, en función del nivel de dificultad que presenten y de sus características personales.

Constituye un recurso importante de atención a la diversidad adoptar una serie de medidas de carácter ordinario y que no afectan a los elementos prescriptivos del currículo:

- Plantear metodologías didácticas y niveles de ayuda diversos.
- Organizar actividades de enseñanza-aprendizaje diferenciadas.
- Prever adaptaciones de material didáctico.
- Organizar diferentes agrupamientos.
- Modificar el ritmo de introducción de nuevos contenidos.

14. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES

Los alumnos participarán en las actividades programadas, en coordinación con el departamento de la familia profesional de Comercio y Marketing y el de actividades extraescolares.

15. EL MÓDULO PROFESIONAL COMERCIO ELECTRÓNICO EN LA ENSEÑANZA A DISTANCIA/VIRTUAL

La metodología de las enseñanzas de Formación Profesional en el régimen a distancia se desarrollará en un entorno flexible e interactivo que facilite la adquisición de las competencias profesionales, personales y sociales asociadas a los diferentes módulos profesionales.

Las actividades de formación y tutoría en régimen a distancia se desarrollarán utilizando una plataforma telemática de aprendizaje y materiales y medios didácticos específicos.

La formación y la atención al alumnado en régimen a distancia deberá proporcionar el acompañamiento, el estímulo y las estrategias didácticas de aprendizaje colaborativo necesarias para que el alumnado pueda alcanzar los resultados de aprendizaje de cada módulo profesional.

DISTRIBUCIÓN TEMPORAL DE LOS CONTENIDOS

UNIDADES DE TRABAJO
1ª EVALUACIÓN
UT 1: Aplicación de las directrices del plan de marketing digital
UT 2: Realización de acciones de compraventa <i>on line</i>
2ª EVALUACIÓN
UT 3: Realización del mantenimiento de la página web
UT 4: Establecimiento de relaciones con otras personas usuarias de la red
EVALUACIÓN ORDINARIA
UT 5: Utilización de entornos Web 2.0

Las horas correspondientes al trabajo en empresa son 66 horas, distribuidas por módulos de la siguiente manera: 15h UT1, 13h UT2, 15h UT3, 13h UT4, 10h UT5.

METODOLOGÍA DE LA FORMACIÓN A DISTANCIA

La metodología de las enseñanzas de Formación Profesional en el régimen a distancia se desarrollará en un entorno flexible e interactivo que facilite la adquisición de las competencias profesionales, personales y sociales asociadas a los diferentes módulos profesionales.

Las actividades de formación y tutoría en régimen a distancia se desarrollarán utilizando una plataforma telemática de aprendizaje y materiales y medios didácticos específicos.

La formación y la atención al alumnado en régimen a distancia deberá proporcionar el acompañamiento, el estímulo y las estrategias didácticas de aprendizaje colaborativo necesarias para que el alumnado pueda alcanzar los resultados de aprendizaje de cada módulo profesional.

MATERIALES Y MEDIOS DIDÁCTICOS

El desarrollo de los diferentes procesos de enseñanza y aprendizaje se llevará a cabo mediante la utilización de materiales didácticos adaptados y de todos aquellos recursos y medios que contribuyan a la formación del alumnado.

Los materiales didácticos deberán contribuir a la adquisición de los resultados de aprendizaje propuestos. Además, fomentarán el aprendizaje colaborativo y facilitarán que el alumnado desarrolle y controle su propio proceso de aprendizaje de forma autónoma.

De esta forma el alumnado aprende utilizando todos los recursos posibles:

- Estudiando los materiales escritos.
- Realizando las tareas previstas a entregar al profesor-tutor.
- Comentando temas y dudas con los demás compañeros y compañeras en las tutorías y con la profesora-tutora.
- Realizando las actividades prácticas presenciales o solicitadas y entregadas online en los plazos estipulados y correspondientes al bloque de unidades didácticas.
- Realizando las pruebas de evaluación a lo largo del curso.

Los materiales deben:

1. Emplear estrategias activas de enseñanza aprendizaje (aprender haciendo).
2. Estructurar el aprendizaje a partir de los procedimientos.
3. Evitar el abandono del alumnado mediante seguimiento individualizado y el fortalecimiento del grupo.
4. Facilitar la actualización de los recursos.
5. Emplear simulaciones interactivas eficaces.

Al no disponer de material didáctico digital en la plataforma de los módulos profesionales del Ciclo Formativo de Grado Medio, se utilizan libros de texto con sus correspondientes actividades.

SISTEMA DE TUTORÍAS DE LOS MÓDULOS PROFESIONALES

El elemento fundamental de esta modalidad de enseñanza es la acción tutorial, que debe proporcionar el acompañamiento, el estímulo y las estrategias didácticas de

autoaprendizaje necesarias para que cada estudiante pueda alcanzar el aprendizaje exigido en cada módulo de forma personalizada.

La profesora-tutora del módulo profesional hace el rol de orientadora y facilitadora del aprendizaje del alumnado resolviendo dudas, evaluando el progreso y reorientando al alumnado en los contenidos no comprendidos.

La atención al alumnado en cada módulo se organizará por un sistema de tutorías que incluirá tutorías individuales y sesiones de formación.

La tutoría individual consistirá en orientar de forma individual al alumnado y proporcionar el apoyo académico necesario en los procesos de aprendizaje en los que las capacidades terminales se pueden alcanzar de forma autónoma y a distancia, empleando el soporte didáctico específico.

Se desarrollará a través de la mensajería de la plataforma, telefónicamente o presencialmente.

Sesiones de formación: serán telemáticas por Teams y presenciales en el aula. Tendrán lugar en el centro educativo, y en ellas se atenderá al grupo de alumnos matriculados en el módulo profesional. Las sesiones telemáticas se llevarán a cabo a través de los sistemas de interacción y comunicación en tiempo real de la plataforma virtual de aprendizaje Teams, sin perjuicio de que el alumnado puede asistir a las mismas en el centro educativo. **La participación en las sesiones de formación serán voluntarias para el alumnado.** Las sesiones de formación estarán orientadas al desarrollo de las actividades programadas recogidas en el plan de acción tutorial, que el/la tutor/a dará a conocer a comienzo del curso, y que podrán ser consultadas a través de la plataforma. El calendario y contenido de las sesiones de formación programadas en este curso se pondrán en la plataforma Campus fp distancia¹

Además, se realizarán de forma continuada durante el curso, Tutorías telefónicas:

A través de la línea telefónica, el alumno/a podrá realizar en las horas establecidas al efecto cuantas consultas considere necesarias, para poder avanzar en el conocimiento de cada uno de los módulos.

EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES. INSTRUMENTOS DE RECOGIDA DE INFORMACIÓN

La evaluación debe permitir que se reconduzca el proceso de aprendizaje del alumno en el momento preciso (evaluación continua).

En la evaluación del módulo profesional será tomada en cuenta la información recogida por el profesorado a lo largo del proceso de aprendizaje conforme a los siguientes instrumentos de evaluación:

- a) Actividades y tareas a realizar por el alumnado a través de la plataforma telemática de aprendizaje.
- b) La prueba presencial intermedia.
- c) La prueba presencial final ordinaria.

¹ En la plataforma se publicará el cuadro de programación de sesiones de formación para el presente curso

Se realizarán las siguientes pruebas presenciales:

- a) **Prueba presencial intermedia:** se celebrará antes de la sesión de evaluación parcial.
- b) **Prueba presencial final ordinaria:** se celebrará antes de la sesión de evaluación final ordinaria y tendrá las siguientes características:
 - El alumnado que haya superado la evaluación continua estará en disposición de obtener evaluación positiva en la evaluación final ordinaria, siempre y cuando obtenga una calificación igual o superior al 40% del total en esta prueba.
 - El alumnado para el que haya concurrido la imposibilidad de aplicar los procedimientos e instrumentos de evaluación continua deberá obtener una calificación igual o superior al 50% del total en esta prueba para obtener evaluación positiva en la evaluación final ordinaria.
- c) **Prueba presencial final extraordinaria:** se celebrará antes de la sesión de evaluación final extraordinaria y tendrá las siguientes características:
 - Estará destinada al alumnado que no haya obtenido evaluación positiva en la evaluación final ordinaria o haya renunciado a la misma.
 - Para estar en disposición de obtener evaluación positiva en la evaluación final extraordinaria, el alumnado deberá obtener una calificación igual o superior al 50% del total en esta prueba.

La recogida de información se puede establecer en diferentes momentos:

1. La información que muestran las herramientas de la plataforma relativas a las actividades de autoevaluación de cada unidad o del bloque de unidades.
2. Las actividades de evaluación que entrega el alumno, alumna al final de un bloque de unidades.
3. Las actividades de refuerzo que plantean los materiales o que diseña el profesor-tutor.
4. Las actividades procedimentales que se realizan en las sesiones presenciales.
5. Las actividades colaborativas realizadas por el grupo de alumnado.
6. Las sesiones de evaluación presenciales realizadas.
7. La evaluación final.

Los Instrumentos que permitirán la recogida de información para el proceso de evaluación podrán ser:

- Fichas de seguimiento.
- Pruebas de control individual a desarrollar utilizando programas informáticos.
- Pruebas de control escritas para la comprobación de determinados contenidos conceptuales o para la realización de actividades.
- Entrega de trabajos.
- Memoria detallada de la realización de las actividades

Los criterios de evaluación y su relación con los objetivos estarán detallados en las unidades de trabajo de las programaciones de cada uno de los módulos.

Los **instrumentos de evaluación y calificación** a utilizar, para medir el nivel de adquisición de las capacidades por los alumnos/as, serán los siguientes:

- La realización y presentación de los trabajos y actividades de las unidades didácticas correspondientes, cuando estas sean requeridas por el profesor-tutor.
- Las pruebas escritas propuestas para la evaluación.

INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN	MATERIA OBJETO DE EVALUACIÓN
PRUEBAS OBJETIVAS	
Pruebas teóricas	- Conocimientos teórico- prácticos - Estudios de casos
Respuesta breve	- Vocabulario - Conceptos e ideas
Pruebas prácticas	- Resolución de prácticas y actividades en el Aula-Taller de informática
ACTIVIDADES	
Actividades	- Resolución ejercicios teórico-prácticos de las unidades didácticas

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN.

Se establece la siguiente ponderación para la calificación final

CALIFICACIÓN	
INSTRUMENTOS	PONDERACIÓN (%)
PRUEBAS PRESENCIALES	60%
ACTIVIDADES	40%

ACTIVIDADES DE RECUPERACIÓN Y EVALUACIÓN EXTRAORDINARIA DE JUNIO.

El/La alumno/a que no haya superado el Módulo en la evaluación ordinaria de junio podrá presentarse a la convocatoria extraordinaria de junio, y deberá realizar el programa de recuperación del módulo que presentará al profesor responsable del módulo.

Programa de recuperación del módulo profesional.

Este programa de recuperación contendrá las siguientes actividades:

- La realización de trabajos y actividades sobre aquellos aspectos en que se hubiesen detectado mayores deficiencias.
- La realización de una **prueba escrita** sobre aquellos resultados de aprendizaje no superados en los que se hubiese observado que el nivel de conocimientos del alumno/a es insuficiente.

El alumnado realizará estas actividades de forma autónoma y las presentará el día de la prueba extraordinaria de junio.

La calificación de dicha prueba extraordinaria será de 1 a 10 puntos, se aplicarán las ponderaciones del 40% para las actividades presentadas y del 60% para la prueba escrita.

MÓDULOS CURSADOS COMO PENDIENTES Y ADELANTO DE LA EVALUACIÓN FINAL ORDINARIA.

El alumnado que hubiera cursado el módulo en cursos anteriores, y no hubiera obtenido evaluación positiva, podrá solicitar cursarlo como pendiente de tal forma que será evaluado con carácter final ordinario de este módulo antes del período marzo-junio de realización del módulo de FCT.

El alumnado que opte por la opción de cursar el módulo como pendientes deberá estar matriculado del mismo y solicitarlo específicamente durante el primer mes lectivo del curso escolar.

ANEXO 1: PROGRAMACIÓN DE SESIONES DE FORMACIÓN**PROGRAMACION SESIONES DE FORMACIÓN CURSO 25-26**

MÓDULO: COMERCIO ELECTRÓNICO		
LUNES (14:30h a 15.25h Sesión Formativa (SF)), (15.25h-16.20h TEAMS)		
MARTES (16.20h a 17.15h) Tutoría Individual (TI)		
PRIMER CUATRIMESTRE		
FECHA	UNIDADES DE TRABAJO	CONTENIDOS
15 SEPTIEMBRE		PRESENTACIÓN CICLO
29 SEPTIEMBRE	1	1. Aplicación de las directrices de un Plan de Marketing Digital
06 OCTUBRE	1	1. Aplicación de las directrices de un Plan de Marketing Digital
13 OCTUBRE	1	1. Aplicación de las directrices de un Plan de Marketing Digital
20 OCTUBRE	2	2. Acciones de compraventa online
27 OCTUBRE	2	2. Acciones de compraventa online
10 NOVIEMBRE	2	2. Acciones de compraventa online
17 NOVIEMBRE		TUTORÍA DE PREPARACIÓN PRIMER PARCIAL
24 NOVIEMBRE		TUTORÍA DE PREPARACIÓN PRIMER PARCIAL
05 DICIEMBRE	PARCIAL 1º EVALUACIÓN	
15 DICIEMBRE	3	3. Mantenimiento de una página web
20 DICIEMBRE	3	3. Mantenimiento de una página web
12 ENERO	3	3. Mantenimiento de una página web
19 ENERO	3	3. Mantenimiento de una página web
26 ENERO	4	4. Establecimiento de relaciones con otras personas usuarias de la red

02 FEBRERO	4	4. Establecimiento de relaciones con otras personas usuarias de la red
9 FEBRERO	4	4. Establecimiento de relaciones con otras personas usuarias de la red
7 FEBRERO	4	4. Establecimiento de relaciones con otras personas usuarias de la red
23 FEBRERO		TUTORÍA PREPARACIÓN
02 MARZO		TUTORÍA PREPARACIÓN
09 MARZO		TUTORÍA PREPARACIÓN
17 MARZO	PARCIAL 2º EVALUACIÓN	
06 ABRIL	5	5. Utilización de entornos Web 2.0
13 ABRIL	5	5. Utilización de entornos Web 2.0
20 ABRIL	5	5. Utilización de entornos Web 2.0
27 ABRIL	5	5. Utilización de entornos Web 2.0
11 MAYO		TUTORÍA PREPARACIÓN EVALUACIÓN ORDINARIA
19 MAYO	FINAL ORDINARIA	FINAL ORDINARIA
01 JUNIO		PREPARACIÓN EVALUACIÓN EXTRAORDINARIA
12 JUNIO	FINAL EXTRAORDINARIA	FINAL EXTRAORDINARIA