

PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA

MÓDULO PROFESIONAL: **COMERCIO ELECTRÓNICO**

CURSO 2018/19

CFGM ACTIVIDADES COMERCIALES
2º CURSO

DEPARTAMENTO DE COMERCIO Y MARKETING

I.E.S. LA ERÍA (OVIEDO)

INDICE	Página
1. DATOS IDENTIFICATIVOS DEL MÓDULO.....	2
2. COMPETENCIAS PROFESIONALES	4
3. OBJETIVOS GENERALES.....	4
4. RESULTADOS DE APRENDIZAJE	
5. OBTENCIÓN DE LAS UNIDADES DE TRABAJO.....	7
- RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN.	
- MINIMOS EXIGIBLES	
6. SECUENCIACIÓN DE LOS CONTENIDOS.....	13
7. DESARROLLO DE LAS UNIDADES DE TRABAJO.....	14
8. DISTRIBUCIÓN TEMPORAL DE LAS UNIDADES DE TRABAJO.....	22
9. METODOLOGÍA.....	23
10. EVALUACIÓN.....	33
10.1 PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN.....	24
10.2 CRITERIOS DE CALIFICACIÓN.....	24
10.3 ACTIVIDADES DE RECUPERACIÓN.....	26
10.4 EVALUACIÓN EXTRAORDINARIA DE SEPTIEMBRE.....	26
10.5 NORMAS DE ASISTENCIA A CLASE.....	26
11. INCORPORACIÓN DE LOS CONTENIDOS TRANSVERSALES.....	27
12. MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS.....	28
13. MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD.....	28
14. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES.....	28
15. EL MÓDULO PROFESIONAL <i>COMERCIO ELECTRÓNICO</i> EN LA ENSEÑANZA A DISTANCIA	29
ANEXO I: PROGRAMACIÓN TUTORÍAS COLECTIVAS	
ANEXO II: REGISTRO DE INCIDENCIAS DE TUTORÍAS INDIVIDUALES Y COLECTIVAS.	

1. INTRODUCCIÓN

DATOS IDENTIFICATIVOS DEL MÓDULO

Módulo Profesional	COMERCIO ELECTRÓNICO
Código	
Ciclo Formativo	ACTIVIDADES COMERCIALES
Nivel Profesional	GRADO MEDIO
Curso	2º
Duración	115 horas
Tipo de módulo	Módulo asociado al perfil del título
Unidades de competencia ¹	
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>
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

¹ Correspondencia de las unidades de competencia acreditadas de acuerdo con lo establecido en el artículo 8 de la Ley Orgánica 5/2002, de 19 de junio, con los módulos profesionales para su convalidación

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> <p>a) Se han redactado sentencias en lenguaje de etiquetas de hipertexto (HTML).</p> <p>b) Se han utilizado programas comerciales para crear los ficheros que componen las páginas web.</p> <p>c) Se ha registrado la dirección de páginas web con dominio propio o con alojamiento gratuito.</p> <p>d) Se han enviado los ficheros web creados al servidor de Internet mediante programas especializados en esta tarea.</p> <p>e) Se han utilizado programas específicos de inclusión de textos, imágenes y sonido.</p> <p>f) Se ha construido una página web eficiente para el comercio electrónico.</p> <p>g) Se han incluido en la web enlaces de interés capaces de generar tráfico orientado e interesado en lo que se ofrece.</p>	<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. 		<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. 		<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	20	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	25	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	25	Realización del mantenimiento de la página web. construcción, utilización y mantenimiento de la página web.
UT 04	25	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:		Nº de horas presenciales: ²
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, 	<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 	<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.

² En la enseñanza a distancia

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

Nº de horas de la unidad:

Nº de horas presenciales:²

<p>SEO y campañas en páginas afines.</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Marketing</i> de Afiliación (<i>marketing</i> por resultados). • <i>Marketing</i> Viral. • <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 <p>– Pagos con dinero electrónico y pagos en línea (páginas seguras https://).</p> <p>– Tipos de aplicaciones del <i>Mobile marketing</i> y TDT, entre otros.</p> <p>– Internet TV, <i>videoblogs</i> y web TV, entre otros.</p>	<p>de fidelización y las herramientas que se van a utilizar.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Ejecución de los procesos de posicionamiento y <i>Marketing Online</i>. – Ejecución de los procesos de publicidad y promoción <i>online</i> ajustados a la normativa legal existente. – Evaluación de los desafíos del <i>Marketing</i> Electrónico: 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</i> Digital. 	
--	---	--

UT 01: Aplicación de las directrices del plan de marketing digital		
Nº de horas de la unidad:		Nº de horas presenciales: ²
20		

UT 02: Realización de acciones de compraventa <i>on line</i>		
Nº de horas de la unidad:		Nº de horas presenciales:
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. 	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de las características y funciones del comercio electrónico. - 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. 	<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 02: Realización de acciones de compraventa <i>on line</i>		
Nº de horas de la unidad:		Nº de horas presenciales:
<ul style="list-style-type: none"> – Posicionamiento en redes sociales. – Actualización de ofertas y promociones. – Publicación de noticias. – Modificación de contenidos. – Dinamización de presencia en redes sociales. – Gestión de <i>banners</i> y publicidad. – Seguridad en Internet: <i>spam</i>, virus informáticos, <i>spyware</i>, <i>phising</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> – 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. 	
UT 03: Realización del mantenimiento de la página web.		
Nº de horas de la unidad:		Nº de horas presenciales
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). 	<ul style="list-style-type: none"> – Identificación de las características de las tiendas electrónicas. – Redacción de sentencias en lenguajes de etiquetas de hipertexto (HTML). – Construcción de una página web eficiente para el comercio electrónico, incluyendo enlaces de interés capaces de generar tráfico orientado e interesado en lo que se ofrece. – Registro de la dirección de páginas web con dominio propio o con alojamiento gratuito. – Optimización de la página web a los distintos motores de búsqueda. – Operaciones con tipos de páginas estáticas y dinámicas. 	<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 02: Realización de acciones de compraventa <i>on line</i>		
Nº de horas de la unidad:		Nº de horas presenciales:
<ul style="list-style-type: none"> - 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"> - Identificación de las mejoras a hacer y de errores que reparar. - Utilización de programas comerciales para crear los ficheros que componen las páginas web, enviándolos al servidor de Internet mediante programas especializados en esta tarea. - Utilización de programas específicos de inclusión de textos, imágenes y sonido. - Utilización de programas antivirus, cortafuegos y antiespías. 	

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

UT 04: Establecimiento de relaciones con otras personas usuarias de la red.		
Nº de horas de la unidad:		Nº de horas presenciales:
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>. Programas IRC y programas <i>webchat</i>. • Servicio de mensajería instantánea. • Telefonía por Internet. • Lectura y escritura en un foro. • Grupos de discusión. • Redes sociales y para empresas. 	<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. 	<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:		Nº de horas presenciales:
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Weblogs, 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. – 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"> – 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. – 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:		Nº de horas presenciales:
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. - 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"> - 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. - 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"> - 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. - Autonomía en la realización de las tareas.

8. DISTRIBUCIÓN TEMPORAL DE LOS CONTENIDOS

UNIDADES DE TRABAJO	HORAS PROPUESTAS
1ª TRIMESTRE	
UT 1: Aplicación de las directrices del plan de marketing digital	20
UT 2: Realización de acciones de compraventa <i>on line</i>	25
UT 3: Realización del mantenimiento de la página web.	25
2ª TRIMESTRE	
UT 4: Establecimiento de relaciones con otras personas usuarias de la red	25
UT 5: Utilización de entornos Web 2.0	20
TOTAL HORAS	115

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 adquiera una visión global de los procesos productivos propios de la actividad profesional correspondiente».

Según estos principios tenemos que tener en cuenta lo siguiente:

- Se considera conveniente realizar, primero, una presentación de las diferentes unidades didácticas, para que el alumnado tenga una visión global de todo el módulo.
- El módulo es totalmente práctico, por ello, se deberán realizar explicaciones prácticas, para que, después, sea el mismo alumnado el que tenga que aplicarlas en ejercicios, mediante simulaciones.
- Al comienzo del curso, es conveniente impartir los siguientes contenidos de la unidad 5, “*Utilización de entornos web*”, ya que su conocimiento será imprescindible para el desarrollo del resto de bloques que componen el módulo:
 - Características y funcionalidades de la Web 2.0.
 - Herramientas del *Marketing Online*.
- El resto de contenidos se irán desarrollando durante la impartición de las demás unidades, ya que están interrelacionados.
- Ante todo, se aconseja que el alumnado realice el trabajo en el aula de forma individual, aunque, también se pueden realizar actividades en grupos de no más de tres componentes.
- Se aconseja consultar el diseño de páginas web de empresas que realizan acciones de compraventa
- Es conveniente ilustrar al alumnado ejemplos reales, para que, por medio de esos ejemplos, comprueben la labor que se realiza; así, se harán una idea de que el trabajo en el aula es lo que se desarrolla en un establecimiento comercial *online*.
- El poder visualizar vía Internet páginas de empresas que realizan comercio electrónico, les ayudará a planificar los trabajos del aula. Por ello, en las simulaciones que desarrollen, pueden comprobar in situ, tanto la utilidad de un Plan de *Marketing* como las ventajas que la empresa obtiene al disponer de una página web atractiva y cómoda de utilizar.
- Se preparará al alumno/a para la actividad en el campo profesional lo que facilitará su adaptación al mundo laboral, incorporando la educación en valores y en la igualdad en derechos y oportunidades entre hombres y mujeres.
- Se contribuirá al desarrollo personal del alumno/a, al ejercicio de una ciudadanía democrática y al aprendizaje permanente.
- Se realizarán las actividades propuestas, así como los ejercicios de autoevaluación.
- El alumno/a trabajará actividades finales de cada unidad en la que se revisan los contenidos vistos en la misma.
- Se potenciará el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación que permitirá el desarrollo de los diferentes procesos de trabajo dada *la naturaleza cambiante del comercio*
- Se fomentará el espíritu emprendedor que permita al alumno tener visión de futuro en el mundo empresarial y del comercio.

- Se proporcionará la motivación necesaria, de cara a fomentar en el aula un clima de trabajo y convivencia adecuado.
- El profesorado deberá realizar un seguimiento cercano e individualizado del proceso de aprendizaje de cada alumno o alumna, realizando anotaciones sistemáticas de los avances y dificultades que éstos presenten.

Se aplicará una metodología activa, participativa e integradora, que permita un aprendizaje “significativo” o “por comprensión” y provoque la reflexión y el análisis por parte del alumnado, convirtiéndose de esta forma en protagonista del proceso educativo.

El proceso de enseñanza deberá partir de unas actividades iniciales o de diagnóstico, que permitan conocer el nivel de conocimientos previos del alumno/a, y plantearse mediante una acción integradora de conocimientos, técnicas y habilidades concretas que impliquen trabajos participativos de los alumnos/as.

Así, la metodología didáctica estará dirigida a **capacitar al alumno/a para:**

- Aplicar de forma inmediata los conocimientos teóricos recibidos a las situaciones reales de trabajo.
- Adaptarse a los posibles cambios organizativos y tecnológicos.
- El “autoaprendizaje”.
- Trabajar en grupo.
- Analizar situaciones.
- Resolver problemas que puedan presentarse.
- Tomar las decisiones oportunas.

En el módulo de Comercio Electrónico es aconsejable, en el momento de planificar el desarrollo del módulo, coordinarse con el resto de profesorado que va a impartir los restantes módulos de la especialidad ya que los contenidos de éste tienen relación especialmente con los de “*Marketing* en la actividad comercial”, “Dinamización del punto de venta”, “Servicios de atención comercial” y “Procesos de venta”.

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 20% 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 70%** de la calificación total.

Se considerarán superados los trabajos individuales y/o de grupo, y las pruebas objetivas individuales cuando su calificación sea igual o superior a cinco puntos.

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 de la evaluación** 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
- Si este módulo profesional fuese **convalidado** se calificará con un 5 a efectos del cálculo de la nota media del ciclo formativo.³
- Para aquellos alumnos/as que no hayan superado una o las dos evaluaciones deberán realizar, al final del 2º trimestre, en el mes de marzo, y antes del período de realización del módulo de FCT, una “**prueba de recuperación final**” sobre los contenidos no superados, tanto teórico como prácticos. La calificación de esta prueba tendrá los mismos criterios que la de las evaluaciones. (Es decir se mantienen los porcentajes de los instrumentos a) Trabajo diario y participación en las clases (10%) b) Trabajos presentados individual o en grupos (10%) y c) Prueba de recuperación final, es este caso(80%)

10.3 ACTIVIDADES DE RECUPERACIÓN Y EVALUACIÓN EXTRAORDINARIA DE JUNIO

El alumno/a que no haya superado el Módulo en la evaluación ordinaria de marzo podrá presentarse a la convocatoria extraordinaria de junio
El 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 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.

³ Artículo 38.3 del Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio

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 20% para las actividades presentadas y del 80% para la prueba escrita.

10.4 NORMAS SOBRE ASISTENCIA A CLASE. PÉRDIDA DE LA EVALUACIÓN CONTINUA

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.
5. Un número de faltas de asistencia superior al 20 % de las horas lectivas del Módulo, provocará la imposibilidad de aplicar los criterios generales de evaluación y calificación. En las programaciones de cada uno de los módulos se especificará con detalle la forma de evaluación y calificación para el alumnado en se encuentre en esta situación. En caso de que el alumno/a supere este número de faltas, deberá presentarse a la convocatoria final ordinaria.

El número máximo de faltas de asistencia permitidas para poder aplicar el sistema de evaluación continua en el Módulo de " Comercio electrónico" **será de 23 horas.**

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.
- La plataforma Educastur Campus
- 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 McGraw Hill

13. MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD DE LOS 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

Las programadas por el departamento para este curso.

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

RECURSOS DIDÁCTICOS

En el desarrollo de estas enseñanzas se emplearán soportes y materiales didácticos que permitan un proceso de aprendizaje sistematizado para el participante, así como los medios telemáticos necesarios para incorporar el uso de las tecnologías de la información y de la comunicación al proceso de atención tutorial.

Los materiales y soportes didácticos deberán contribuir a la adquisición de los resultados de aprendizaje que correspondan a los distintos módulos profesionales. Además, deberán contemplar los principios de autosuficiencia y autoaprendizaje para que el alumnado pueda desarrollar y controlar el proceso de aprendizaje de forma autónoma.

De esta forma el alumno 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 en las tutorías y con el profesor-tutor
- Realizando las actividades prácticas presenciales 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 de los alumnos 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

En este módulo el libro que se seguirá es:

Comercio Electrónico.

Autor: Santiago Iruretagoyena Pascual. *Editorial:* McGraw Hil.

ISBN: 978-84-481-9684-4

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.

El profesor-tutor del módulo profesional hace el rol de orientador y facilitador del aprendizaje del alumno resolviendo dudas, evaluando el progreso y reorientando al alumno en los contenidos no comprendidos.

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

La **tutoría individual** incluirá las acciones de orientación y de apoyo al proceso de aprendizaje que se correspondan con los resultados de aprendizaje que el alumnado pueda alcanzar de forma autónoma y a distancia, empleando el soporte didáctico específico. Se llevará a cabo de forma continuada a lo largo de todo el curso, de forma telemática, telefónica o presencial.

La **tutoría colectiva**. Las tutorías colectivas presenciales pueden adoptar distintas fórmulas. Pueden utilizarse para exponer un determinado tema o cuestión de especial dificultad mediante una exposición por parte del profesor-tutor; pueden adoptar la estructura de un seminario entre los alumnos para la realización de trabajos colectivos o puestas en común; pueden consistir en la realización de prácticas de taller o pueden ser foros de discusión, debate e intercambio.

Contenidos de las tutorías colectivas:⁴

Las tutorías colectivas son las acciones tutoriales de carácter presencial, necesarias para la consecución de los objetivos educativos que precisen desarrollar procesos de enseñanza y aprendizaje para los que son necesarias la intervención directa y presencial del profesor tutor. Éstas son de dos tipos:

- Tutorías prácticas: para el desarrollo de actividades asociadas al desarrollo de competencias y contenidos procedimentales.
- Tutorías de orientación: se utilizan para informar de la organización y desarrollo de las unidades didácticas. Se establecen tres:
 - Al principio de cada trimestre habrá una tutoría colectiva de programación
 - A mediados del trimestre, una de seguimiento
 - Al final del trimestre, una de preparación de la evaluación.

Las restantes tutorías colectivas, de **carácter semanal**, estarán orientadas al desarrollo de un programa de actividades que el tutor dará a conocer a comienzo del curso. Este plan de acción tutorial incluirá el programa de actividades tutoriales, el calendario de tutorías establecido y toda la información que se considere de interés para el alumnado.

Las tutorías colectivas no se plantearán como una clase dedicada a impartir contenidos teóricos. Se enfocarán al planteamiento y resolución de ejercicios y actividades teórico/prácticos. Por este motivo, es recomendable que cada alumno/a estudie previamente los conceptos necesarios antes de acudir a la tutoría colectiva, siguiendo la programación de las unidades didácticas y las actividades enviadas por el profesor o profesora tutora. Las dudas y cuestiones que surjan sobre conceptos se atenderán de manera preferente en las tutorías *on line*.

La asistencia del alumnado a las tutorías individuales y colectivas será voluntaria.

Además se realizarán de forma continuada durante el curso:

⁴ Al final se incluye el anexo con el cuadro de registro de incidencias de las tutorías

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. Se establecerá al menos una hora semanal de atención al alumnado.

Tutorías telemáticas:

A cada alumno/a del curso se le proporcionará una cuenta de correo electrónico institucional puestas a disposición por la Consejería de Educación y Ciencia, mediante la cual podrá realizar aquellas consultas que considere oportunas y dirigidas a los correos de cada módulo profesional. Los profesores contestarán en un periodo razonable de tiempo, siempre a través de las cuentas institucionales.

Asimismo también pueden comunicarse a través de la mensajería interna del campus de formación profesional a distancia del Principado de Asturias.

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). Se pueden fijar distintos instrumentos que permitan esta recogida de información en relación con el desarrollo de estos aprendizajes a través de las tutorías individuales y colectivas.

Para la evaluación de los módulos profesionales cursados en régimen a distancia, será necesaria la realización de, al menos, una prueba presencial en combinación con los procesos de evaluación continua que se puedan desarrollar a distancia.

La recogida de información se puede **establecer 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 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 alumnos.
6. Las intervenciones en los foros y en los chats.
7. Las sesiones de evaluación presenciales realizadas.
8. 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.

INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

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 (examen presencial que constará de:)	
Pruebas teóricas	- Conocimientos teórico- prácticos - Estudios de casos prácticos sobre las actividades prácticas realizadas.
Respuesta breve	- Vocabulario - Conceptos e ideas
Test	- Test de las unidades correspondientes.
ACTIVIDADES	
Ejercicios Prácticos	- Realización de ejercicios prácticos en el aula de informática (o desde casa para el alumno que no pueda asistir a tutorías). Se entregan a través de la plataforma en plazos determinados.
Actividades tutorías	- Resolución ejercicios teórico-prácticos de las unidades didácticas.

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Debido a la naturaleza más práctica de este módulo, se pondera la calificación de la siguiente forma:

CALIFICACIÓN	
INSTRUMENTOS	PONDERACIÓN (%)
PRUEBAS OBJETIVAS	60%
ACTIVIDADES PRÁCTICAS	40%

Para poder realizar el cómputo final entre las pruebas objetivas (examen presencial, que cuenta un 60% de la nota final) y las actividades prácticas (que se entregan a través de la plataforma en unos plazos determinados, contando un 40% restante) se debe haber obtenido un mínimo de un 5 en el examen presencial, no habiendo un mínimo para la nota de las actividades prácticas. Es decir, es obligatorio aprobar el

examen presencial para proceder al cómputo final de 60%-40%, no habiendo un mínimo de nota en la parte de ejercicios prácticos.

En cualquier caso se guardará cualquier práctica o examen aprobado para futuras convocatorias en el mismo curso académico (no en posteriores).

La nota entera final se realizará por redondeo, siendo necesario como mínimo un 5 para aprobar el módulo.

A lo largo del período lectivo, los profesores-tutores de cada módulo realizarán un seguimiento del desarrollo del proceso de aprendizaje de los alumnos, utilizando unos instrumentos y procedimientos de recogida de información que se establecen en cada una de las programaciones didácticas.

ANEXO 1: PROGRAMACIÓN DE TUTORÍAS COLECTIVA

MÓDULO: COMERCIO ELECTRÓNICO

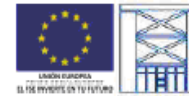
HORARIO SEMANAL: MARTES 17:15 A 19:05		
1ª EVALUACIÓN		
FECHA	UNIDAD DE TRABAJO*	CONTENIDOS
2 OCTUBRE		Tutoría de presentación/ Programación de la evaluación
9 OCTUBRE	1, 2, 3, 4	Programación de la evaluación
16 OCTUBRE	1	Desarrollo de la unidad de trabajo, ejercicios, dudas, etc...
23 OCTUBRE	2	Desarrollo de la unidad de trabajo, ejercicios, dudas, etc...
30 OCTUBRE	1, 2	Tutoría de seguimiento
6 NOVIEMBRE	3	Desarrollo de la unidad de trabajo, ejercicios, dudas, etc...
13 NOVIEMBRE	4	Desarrollo de la unidad de trabajo, ejercicios, dudas, etc...
20 NOVIEMBRE	1, 2, 3, 4	Tutoría de preparación de la evaluación
27 NOVIEMBRE	1, 2, 3, 4	Tutoría de preparación de la evaluación
2ª EVALUACIÓN		
8 ENERO	5, 6, 7, 8	Tutoría de programación de la evaluación
15 ENERO	5	Desarrollo de la unidad de trabajo, ejercicios, dudas, etc...
22 ENERO	6	Desarrollo de la unidad de trabajo, ejercicios, dudas, etc...
29 ENERO	5, 6	Tutoría de seguimiento
5 FEBRERO	7	Desarrollo de la unidad de trabajo, ejercicios, dudas, etc...
12 FEBRERO	8	Desarrollo de la unidad de trabajo, ejercicios, dudas, etc...
19 FEBRERO	5, 6, 7, 8	Tutoría de preparación de la evaluación

***EN LA COLUMNA DE UNIDADES DE TRABAJO APARECEN
REFLEJADOS LOS TEMAS DEL LIBRO**

- Unidad 1. ¿Qué es un Plan de Marketing Digital?
- Unidad 2. ¿Cómo se aplican las herramientas de Marketing digital?
- Unidad 3. ¿Cómo se diseña una tienda virtual?
- Unidad 4. ¿Cómo se hace el mantenimiento de una página web? (I)
- Unidad 5. ¿Cómo se hace el mantenimiento de una página web? (II)
- Unidad 6. ¿Cómo se establecen relaciones con otros usuarios de la red?
- Unidad 7. ¿Qué son las Redes sociales?
- Unidad 8. ¿Cómo se utilizan los entornos web 2.0 y se integra a los consumidores?

ANEXO 2: REGISTROS DE INCIDENCIAS DE TUTORÍA INDIVIDUAL Y COLECTIVA

Módulo:		Curso:	
		Ciclo Formativo:	
Mes:		Profesor:	



Instituto de Educación Secundaria "La Ería"
C/ Regonta, 4 – 33006 Oviedo
Tfno.: 985 27 36 54 Fax: 985 23 99 43
E-mail: ieseria@educastur.org



REGISTRO DE INCIDENCIAS

DÍA	ALUMNO	TIPO TUTORIA	MEDIO	MOTIVO CONSULTA	OBSERVACIONES