

# PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA

## MÓDULO PROFESIONAL:

# **MARKETING DIGITAL**

CURSO 2018/19

CFGS GESTIÓN DE VENTAS Y ESPACIOS COMERCIALES  
1º CURSO

DEPARTAMENTO DE COMERCIO Y MARKETING

I.E.S. LA ERÍA (OVIEDO)

## INDICE

Cualificaciones profesionales .....	2
Competencias Profesionales: Según Real Decreto 1571/2011, de 4 de noviembre. .	3
Objetivos Generales: Según Real Decreto 1571/2011, de 4 de noviembre. ....	4
Resultados de aprendizaje: Según Real Decreto 1571/2011, de 4 de noviembre.....	5
Unidades de trabajo del módulo profesional a partir de los resultados de aprendizaje	6
Secuencia, codificación y nº de horas que se asignan a las unidades de trabajo ....	13
Desarrollo de cada Unidad de Trabajo .....	14
MD01. INTERNET EN LA EMPRESA COMERCIAL .....	14
MD02. SERVICIOS Y PROTOCOLOS DE INTERNET .....	15
MD03. TAREAS ADMINISTRATIVAS A TRAVÉS DE INTERNET .....	16
MD04. REDES SOCIALES EN LA EMPRESA COMERCIAL.....	17
MD05. PAGINAS WEB COMERCIALES.....	18
MD06. PLAN DE MARKETING DIGITAL.....	19
MDO7. COMERCIO ELECTRONICO.....	21
Presencialidad en modalidad “a distancia” .....	22
PROCEDIMIENTO E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN .....	23
CRITERIOS DE CALIFICACIÓN Y PROMOCIÓN .....	23
ACTIVIDADES DE RECUPERACIÓN .....	24
EVALUACIÓN EXTRAORDINARIA DE SEPTIEMBRE.....	25
NORMAS SOBRE LA ASISTENCIA A CLASE.....	25
METODOLOGÍA DIDÁCTICA.....	26
INCORPORACIÓN DE CONTENIDOS TRANSVERSALES .....	27
MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD .....	27
ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES.....	29
PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN.....	29
CRITERIOS DE CALIFICACIÓN Y PROMOCIÓN .....	30
MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS .....	30
MODALIDAD A DISTANCIA .....	31

## 1. INTRODUCCIÓN

## DATOS IDENTIFICATIVOS DEL MÓDULO

Módulo Profesional	MARKETING DIGITAL
Código	0931
Ciclo Formativo	GESTIÓN DE VENTAS Y ESPACIOS COMERCIALES
Nivel Profesional	GRADO SUPERIOR
Curso	1º
Duración	190 horas
Equivalencia en créditos	11
Tipo de módulo	Módulo asociado al perfil del título
Objetivos Generales del Ciclo	c), o), p), q), r), s), t), u), v), w) y x)
Competencias del Título	c), l), m), n), ñ), o), p), q) y r)
Normativa que regula el título	<ul style="list-style-type: none"> <li>– REAL DECRETO 1573/2011, DE 4 DE NOVIEMBRE, POR EL QUE SE ESTABLECE EL TÍTULO DE TÉCNICO SUPERIOR EN GESTIÓN DE VENTAS Y ESPACIOS COMERCIALES Y SE FIJAN SUS ENSEÑANZAS MÍNIMAS. (BOE del 13/12/2011)</li> <li>– DECRETO 7/2014, DE 28 DE ENERO, POR EL QUE SE ESTABLECE EL CURRÍCULO DEL CICLO FORMATIVO DE GRADO SUPERIOR DE FORMACIÓN PROFESIONAL EN GESTIÓN DE VENTAS Y ESPACIOS COMERCIALES. (BOPA del 08/02/2014).</li> </ul>
Referente europeo	CINE-5b (Clasificación Internacional Normalizada de la Educación).
Especialidad del Profesorado	Procesos Comerciales (Profesora Técnica o Profesor Técnico de Formación Profesional)
Familia Profesional	COMERCIO Y MARKETING

Cualificaciones profesionales	
Cualificaciones profesionales completas	Denominación UC
Implantación y animación de espacios comerciales COM158_3 (Real Decreto 1087/2005, de 16 de septiembre)	UC0501_3: Establecer la implantación de espacios comerciales.
	UC0502_3: Organizar la implantación de productos/servicios en la superficie de venta.
	UC0503_3: Organizar y supervisar el montaje de escaparates en el establecimiento comercial.
Cualificaciones profesionales incompletas	Denominación UC
Gestión comercial de ventas COM0314_3 (Real Decreto 109/2008, de 1 de febrero)	UC1000_3: Obtener y procesar la información necesaria para la definición de estrategias y actuaciones comerciales.
	UC1001_3: Gestionar la fuerza de ventas y coordinar el equipo de comerciales.
	UC0239_2: Realizar la venta de productos y/o servicios a través de los diferentes canales de comercialización.

	<b>UC0503_3:</b> Organizar y controlar las acciones promocionales en espacios comerciales.
Gestión de marketing y comunicación ( <i>Real Decreto 1550/2011, de 31 de octubre</i> )	<b>UC2185_3:</b> Asistir en la definición y seguimiento de las políticas y plan de marketing.
Asistencia a la investigación de mercados COM312_3 (Real Decreto 109/2008, de 1 de febrero)	<b>UC0993_3:</b> Preparar la información e instrumentos necesarios para la investigación de mercados.
	<b>UC0997_3:</b> Colaborar en el análisis y obtención de conclusiones a partir de la investigación de mercados.
Organización y gestión de almacenes COM318_3 (Real Decreto 109/2008, de 1 de febrero)	<b>UC1014_3:</b> Organizar el almacén de acuerdo a los criterios y niveles de actividad previstos.
	<b>UC1015_2:</b> Gestionar y coordinar las operaciones del almacén.
Gestión y control del aprovisionamiento COM315_3 (Real Decreto 109/2008, de 1 de febrero)	<b>UC1003_3:</b> Colaborar en la elaboración del plan de aprovisionamiento.
	<b>UC1004_3:</b> Realizar el seguimiento y control del programa de aprovisionamiento.
Gestión comercial y financiera del transporte por carretera COM442_3 (Real Decreto 1550/2011, de 31 de octubre)	<b>UC2183_3:</b> Gestionar la actividad económico-financiera del transporte por carretera.

### Competencias Profesionales: Según Real Decreto 1571/2011, de 4 de noviembre.

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

- c) Planifica y realiza acciones de marketing digital gestionando páginas web y sistemas de comunicación a través de Internet para cumplir con los objetivos de la política de comercio electrónico de la empresa.
- l) Adaptarse a las nuevas situaciones laborales, manteniendo actualizados los conocimientos científicos, técnicos y tecnológicos relativos a su entorno profesional, gestionando su formación y los recursos existentes en el aprendizaje a lo largo de la vida y utilizando las tecnologías de la información y la comunicación.
- m) Resolver situaciones, problemas o contingencias con iniciativa y autonomía en el ámbito de su competencia, con creatividad, innovación y espíritu de mejora en el trabajo personal y en el de los miembros del equipo.
- n) Organizar y coordinar equipos de trabajo, supervisando el desarrollo del mismo, con responsabilidad, manteniendo relaciones fluidas y asumiendo el liderazgo, así como, aportando soluciones a los conflictos grupales que se presentan.
- ñ) Comunicarse con sus iguales, superiores, clientes y personas bajo su responsabilidad utilizando vías eficaces de comunicación, transmitiendo la información o conocimientos adecuados, y respetando la autonomía y competencia de las personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.
- o) Generar entornos seguros en el desarrollo de su trabajo y el de su equipo, supervisando y aplicando los procedimientos de prevención de riesgos laborales y ambientales de acuerdo con lo establecido por la normativa y los objetivos de la empresa.
- p) Supervisar y aplicar procedimientos de gestión de calidad, de accesibilidad universal y de "diseño para todos", en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.
- q) Realizar la gestión básica para la creación y funcionamiento de una pequeña empresa y tener iniciativa en su actividad profesional con sentido de la responsabilidad social.
- r) Ejercer sus derechos y cumplir con las obligaciones derivadas de su actividad profesional, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente, participando activamente en la vida económica, social y cultural.

**Objetivos Generales: Según Real Decreto 1571/2011, de 4 de noviembre.**

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

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

**Resultados de aprendizaje: Según Real Decreto 1571/2011, de 4 de noviembre.**

- RA1.** Administra los accesos y conexiones a redes públicas, semipúblicas y privadas utilizando navegadores y buscadores de información especializados en la red pública Internet.
- RA2.** Gestiona diversos servicios y protocolos de Internet manejando programas de correo electrónico y de transferencia de archivos, entre otros.
- RA3.** Realiza la facturación electrónica y otras tareas administrativas de forma telemática, utilizando en cada caso software específico.
- RA4.** Determina la estrategia a seguir en las interrelaciones con otros usuarios de la red utilizando programas específicos, foros de comunicación y redes sociales de ámbito empresarial.
- RA5.** Construye páginas Webs atractivas para los usuarios de Internet, utilizando criterios de posicionamiento, fácil manejo y persuasión.
- RA6.** Diseña el plan de marketing digital en el mercado online, definiendo soluciones estratégicas mediante la implementación de acciones específicas de desarrollo de la marca comercial.
- RA7.** Define la política de comercio electrónico de la empresa, estableciendo las acciones necesarias para efectuar ventas on-line.

**Unidades de trabajo del módulo profesional a partir de los resultados de aprendizaje**

<b>MÓDULO PROFESIONAL: MARKETING DIGITAL</b>			
<b>CP</b>	<b>OG</b>	<b>RA y CE</b>	<b>UNIDADES DE TRABAJO (UT)</b>
c, l, m, n, ñ, o, p, q, r.	c, o, p, q, r, s, t, u, v, w, x.	<p><b>RA 1:</b> Administra los accesos y conexiones a redes públicas, semipúblicas y privadas utilizando navegadores y buscadores de información especializados en la red pública Internet.</p> <p><b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Se han identificado los conceptos esenciales de funcionamiento y uso de la red.</li> <li>b) Se han evaluado los distintos sistemas de conexión a la red.</li> <li>c) Se ha configurado el acceso al sistema informático en la red.</li> <li>d) Se han comprobado las características propias de las intranets y las extranets.</li> <li>e) Se han utilizado los principales programas navegadores para moverse por la red.</li> <li>f) Se han realizado búsquedas selectivas de información mediante aplicaciones específicas.</li> <li>g) Se han utilizado buscadores especializados por temas y otras aplicaciones de búsqueda avanzada.</li> </ul>	MD01. <b>INTERNET EN LA EMPRESA COMERCIAL.</b>

MÓDULO PROFESIONAL: MARKETING DIGITAL			
CP	OG	RA y CE	UNIDADES DE TRABAJO (UT)
c, l, m, n, ñ, o, p, q, r.	c, o, p, q, r, s, t, u, v, w, x.	<p><b>RA 2:</b> Gestiona diversos servicios y protocolos de Internet manejando programas de correo electrónico y de transferencia de archivos, entre otros.</p> <p><b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Se han identificado los elementos que configuran el correo electrónico.</li> <li>b) Se ha utilizado el correo electrónico directamente desde la Web.</li> <li>c) Se han utilizado programas de cliente de correo electrónico para gestionar el envío y recepción de mensajes.</li> <li>d) Se ha identificado el protocolo de red para la transferencia de archivos (FTP) desde un equipo cliente a un servidor.</li> <li>e) Se han compartido archivos a través de una red de ordenadores entre iguales (Peer-to-peer P2P).</li> <li>f) Se ha descargado software gratuito con y sin limitaciones de tiempo de uso.</li> <li>g) Se han realizado descargas de vídeos, música y videojuegos, entre otros.</li> </ul>	MD02. <b>SERVICIOS Y PROTOCOLOS DE INTERNET.</b>



MÓDULO PROFESIONAL: MARKETING DIGITAL			
CP	OG	RA y CE	UNIDADES DE TRABAJO (UT)
c, l, m, n, ñ, o, p, q, r.	c, o, p, q, r, s, t, u, v, w, x.	<p><b>RA 3:</b> Realiza la facturación electrónica y otras tareas administrativas de forma telemática, utilizando en cada caso software específico.</p> <p><b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Se han identificado los formatos electrónicos de factura de mayor o menor complejidad (EDIFACT, XML, PDF, html, doc, xls, gif, jpeg o txt, entre otros).</li> <li>b) Se ha establecido la transmisión telemática entre ordenadores.</li> <li>c) Se ha garantizado la integridad y autenticidad de las transmisiones telemáticas a través de una firma electrónica reconocida.</li> <li>d) Se han utilizado aplicaciones específicas de emisión de facturas electrónicas.</li> <li>e) Se han utilizado herramientas comunes en Internet relativas a la relación de nuestra empresa con Organismos Públicos y otras entidades.</li> <li>f) Se han probado diversas herramientas de tipo generalista que se utilizan en la red.</li> <li>g) Se han identificado los programas perjudiciales para la seguridad e integridad de los datos almacenados en nuestros equipos informáticos.</li> <li>h) Se han aplicado las barreras de seguridad necesarias para salvaguardar la información de nuestra empresa.</li> </ul>	MD03. <b>TAREAS ADMINISTRATIVAS A TRAVES DE INTERNET</b>

MÓDULO PROFESIONAL: MARKETING DIGITAL			
CP	OG	RA y CE	UNIDADES DE TRABAJO (UT)
c, l, m, n, ñ, o, p, q, r.	c, o, p, q, r, s, t, u, v, w, x.	<p><b>RA 4:</b> Determina la estrategia a seguir en las interrelaciones con otros usuarios de la red utilizando programas específicos, foros de comunicación y redes sociales de ámbito empresarial.</p> <p><b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Se han utilizado programas Web para mantener cibercharlas de texto.</li> <li>b) Se han utilizado programas de mensajería instantánea.</li> <li>c) Se han aplicado sistemas de comunicación oral que utilizan sólo sonido o sonido e imagen.</li> <li>d) Se han establecido contactos con otros usuarios de la red a través de foros de debate y opinión.</li> <li>e) Se han establecido contactos sobre temas concretos a través de blogs temáticos de contenido profesional.</li> <li>f) Se han realizado comunicaciones con otros usuarios de la red a través de redes sociales.</li> <li>g) Se han generado contenidos audiovisuales y fotográficos de la actividad, productos y procesos comerciales.</li> </ul>	MD04. <b>REDES SOCIALES EN LA EMPRESA COMERCIAL</b>

MÓDULO PROFESIONAL: MARKETING DIGITAL			
CP	OG	RA y CE	UNIDADES DE TRABAJO (UT)
c, l, m, n, ñ, o, p, q, r.	c, o, p, q, r, s, t, u, v, w, x.	<p><b>RA 5:</b> Construye páginas Webs atractivas para los usuarios de Internet, utilizando criterios de posicionamiento, fácil manejo y persuasión.</p> <p><b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Se han redactado las sentencias más utilizadas en Lenguaje de Etiquetas de Hipertexto (HTML).</li> <li>b) Se han utilizado programas comerciales que permiten crear de forma sencilla los ficheros que componen las páginas Web.</li> <li>c) Se ha registrado la dirección de páginas Web con dominio propio o con alojamiento gratuito.</li> <li>d) Se han enviado los ficheros Web creados al servidor de Internet mediante programas especializados en esta tarea.</li> <li>e) Se han utilizado programas específicos de inclusión de textos, imágenes y sonido.</li> <li>f) Se ha construido una Web eficiente para el comercio electrónico.</li> <li>g) Se han incluido en la Web enlaces de interés capaces de generar tráfico orientado e interesado a lo que se ofrece.</li> </ul>	MD05. <b>PAGINAS WEB COMERCIALES</b>

MÓDULO PROFESIONAL: MARKETING DIGITAL			
CP	OG	RA y CE	UNIDADES DE TRABAJO (UT)
c, l, m, n, ñ, o, p, q, r.	c, o, p, q, r, s, t, u, v, w, x.	<p><b>RA 6:</b> Diseña el plan de marketing digital en el mercado online, definiendo soluciones estratégicas mediante la implementación de acciones específicas de desarrollo de la marca comercial.</p> <p><b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Se ha preparado un plan de marketing digital que permita alcanzar los objetivos comerciales de la empresa.</li> <li>b) Se han definido los procesos de posicionamiento y marketing on-line.</li> <li>c) Se han establecido las pautas a seguir para realizar la publicidad y promoción on-line.</li> <li>d) Se han identificado los elementos que configuran el marketing de buscadores.</li> <li>e) Se han evaluado los retos del marketing electrónico: la confianza en los medios de pago, los problemas logísticos y la seguridad.</li> <li>f) Se han realizado las tareas necesarias para gestionar y fidelizar a los clientes a través de la red.</li> <li>g) Se han identificado las nuevas tendencias de comunicación y relación con el cliente en el marketing digital.</li> <li>h) Se han realizado acciones de marketing efectuadas a través de dispositivos móviles.</li> </ul>	MD06. <b>PLAN DE MARKETING DIGITAL</b>

MÓDULO PROFESIONAL: MARKETING DIGITAL			
CP	OG	RA y CE	UNIDADES DE TRABAJO (UT)
c, l, m, n, ñ, o, p, q, r.	c, o, p, q, r, s, t, u, v, w, x.	<p><b>RA 7:</b> Define la política de comercio electrónico de la empresa, estableciendo las acciones necesarias para efectuar ventas on-line.</p> <p><b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Se han establecido los parámetros necesarios para crear o adaptar un negocio on-line.</li> <li>b) Se han definido acciones de captación enfocadas al comercio electrónico.</li> <li>c) Se han reconocido los modelos de negocio existentes en la red.</li> <li>d) Se ha diseñado una tienda virtual.</li> <li>e) Se ha planificado la gestión de los pedidos recibidos y todo el proceso logístico.</li> <li>f) Se han identificado los aspectos jurídicos y de protección de datos en el comercio electrónico.</li> <li>g) Se han establecido los medios de pago a utilizar.</li> <li>h) Se han seleccionado los sistemas de seguridad que garanticen la privacidad e invulnerabilidad de las operaciones.</li> <li>i) Se han identificado los diferentes tipos de negocios electrónicos existentes.</li> </ul>	MD07. <b>COMERCIO ELECTRONICO</b>

**Secuencia, codificación y nº de horas que se asignan a las unidades de trabajo**

<b>MÓDULO PROFESIONAL: MARKETING DIGITAL</b>		
<b>SECUENCIA Y CODIFICACIÓN</b>	<b>Nº HORAS</b>	<b>DESCRIPCIÓN COMPLETA DE LA UT</b>
MD01	25	MD01: Internet en la empresa comercial.
MD02	20	MD02: Servicios y protocolos de Internet.
MD03	20	MD03: Tareas administrativas a través de Internet.
MD04	25	MD04: Redes sociales en la empresa comercial.
MD05	40	MD05: Páginas Web comerciales.
MD06	30	MD06: Plan de marketing digital
MD07	30	MD07: Comercio electrónico

Desarrollo de cada Unidad de Trabajo

MD01. INTERNET EN LA EMPRESA COMERCIAL.				Nº de horas de la unidad	25
CP	OG	RA	Contenidos propuestos	Contenidos según normativa	
c, l, m, n, ñ, o, p, q, r.	c, o, p, q, r, s, t, u, v, w, x.	RA1	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Introducción.</b></li> <li>2. <b>Concepto de Internet.</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1. Origen de Internet.</li> <li>2.2. La revolución de Internet.</li> <li>2.3. Evolución de Internet.</li> </ol> </li> <li>3. <b>La estructura de Internet. Redes punto a punto.</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>3.1. La estructura de Internet. Redes cliente/servidor.</li> <li>3.2. Protocolos TCP/IP.</li> <li>3.3. Direcciones IP.</li> <li>3.4. Los dominios de la red</li> <li>3.5. El lenguaje de Internet.</li> <li>3.6. Lenguaje HTTP.</li> <li>3.7. Transferencia de archivos FTP.</li> </ol> </li> <li>4. <b>Conexión a Internet.</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>4.1. Conexión telefónica RTB (Red Telefónica Básica)</li> <li>4.2. Conexión telefónica RDSI (Red Digital de Servicios Integrados).</li> <li>4.3. Conexión telefónica ADSL (Línea Digital Asimétrica de Abonado).</li> <li>4.4. Conexión por cable.</li> <li>4.5. Conexión de inalámbrica.</li> <li>4.6. Conexión por otros medios: satélite, línea eléctrica, GPRS.</li> <li>4.7. Proveedores de servicio de Internet.</li> <li>4.8. Configuración de acceso a Internet.</li> <li>4.9. Intranet.</li> <li>4.10. Extranet.</li> </ol> </li> <li>5. <b>Navegación por Internet.</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>5.1. Concepto de navegador.</li> <li>5.2. Principales navegadores.</li> <li>5.3. Características del navegador.</li> <li>5.4. Herramientas del navegador.</li> <li>5.5. Historial de navegación y páginas Web favoritas.</li> <li>5.6. Navegar sin conexión.</li> </ol> </li> </ol>	<p><b>Realización de las tareas básicas para la utilización de la red Internet:</b></p> <p><b>CONCEPTOS SOPORTE:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Introducción. Qué es Internet y su origen.</li> <li>- Proveedores de servicios.</li> <li>- Conexiones de móviles.</li> <li>- Las intranets y las extranets.</li> <li>- Qué es un navegador y cómo funciona: Navegadores más utilizados.</li> <li>- Los buscadores: motores de búsqueda e índices, buscadores temáticos, multibuscadores y metabuscadores.</li> <li>- Conceptos básicos de búsqueda con operadores, sintaxis especiales de búsqueda, la opción búsqueda avanzada, aparecer en servicios adicionales, herramientas específicas.</li> </ul> <p><b>TÉCNICAS, PROCEDIMIENTOS Y ACTITUDES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cómo funciona: servidores y clientes, el protocolo TCP/IP, la World Wide Web, los dominios de la red.</li> <li>- Modos de conectarse a Internet:</li> <li>- Red telefónica: RTB, RDSI, ADSL.</li> <li>- Otros tipos: cable, radio, satélite, GPRS, Wireless.</li> <li>- Configuración del acceso.</li> <li>- Buscar información en la red.</li> </ul>	

			<p><b>6. Los buscadores.</b></p> <p>6.1. Motores de búsqueda.</p> <p>6.2. El buscador Google.</p> <p>6.3. Buscadores temáticos. Multibuscadores y Metabuscadores.</p> <p>6.4. Utilización de la barra del buscador.</p> <p>6.5. Búsqueda con operadores booleanos.</p> <p>6.6. Búsquedas avanzadas con Google.</p> <p>6.7. Otras funciones de los buscadores. Grupos de Google. Directorios.</p> <p>6.8. El buscador Bing.</p>	
--	--	--	--	--

MD02. SERVICIOS Y PROTOCOLOS DE INTERNET.				Nº de horas de la unidad	20
CP	OG	RA	Contenidos propuestos	Contenidos según normativa	
c, l, m, n, ñ, o, p, q, r.	c, o, p, q, r, s, t, u, v, w, x.	RA2	<p><b>1. Introducción.</b></p> <p><b>2. Correo electrónico.</b></p> <p>2.1. Qué es y cómo funciona el correo electrónico.</p> <p>2.2. Servidores de correo electrónico.</p> <p>2.3. Estructura del mensaje de correo electrónico.</p> <p>2.4. Sistemas de encriptación de datos.</p> <p><b>3. Modalidades de cuentas de correo electrónico.</b></p> <p>3.1. Correo Web y correo POP3.</p> <p>3.2. Obtención de una cuenta de correo Web.</p> <p>3.3. Configuración de una cuenta de correo Web.</p> <p>3.4. Acciones básicas: alta, responder, redactar y enviar con correo Web</p> <p>3.5. Gestión de una cuenta POP3.</p> <p>3.6. Configuración de una cuenta POP3.</p> <p>3.7. Gestores de correo electrónico.</p> <p>3.8. Acciones básicas: responder, redactar y enviar con correo POP3.</p> <p>3.9. Adjuntar archivos a un correo electrónico.</p> <p>3.10. Personalizar un correo electrónico.</p> <p><b>4. Las listas de correo</b></p> <p>4.1. La libreta de direcciones.</p> <p>4.2. Gestión de listas de correo electrónico.</p>	<p><b>Gestión de diversos servicios y protocolos de Internet:</b></p> <p><b>CONCEPTOS SOPORTE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Correo electrónico: qué es y como funciona.</li> <li>- Correo no deseado.</li> <li>- Correo POP3: qué es y como utilizarlo.</li> <li>- Otros gestores de correo POP3.</li> <li>- Transferencia de archivos: qué es.</li> <li>- Servidores FTP: Redes P2P (Peer to Peer): aplicaciones.</li> <li>- Freeware y Shareware.</li> <li>- La piratería es un delito.</li> </ul> <p><b>TÉCNICAS, PROCEDIMIENTOS Y ACTITUDES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- El correo Web: crear una cuenta, realizar las funciones básicas de leer, responder y enviar.</li> <li>- Gestionar las operaciones de envío, recepción y mantenimiento de correo POP3.</li> <li>- Listas de correo.</li> <li>- Aplicaciones FTP.</li> <li>- Transferencia de archivos: cómo utilizarla.</li> <li>- Descargas: musicales, de videos y software.</li> </ul>	



			<p>4.3. Grupos de noticias.                  4.4. Suscripción a las listas de correo.                  4.5. Boletines y newsletters.</p> <p><b>5. Transferencia de archivos por Internet.</b>                  5.1. Descarga de archivos vía navegador.                  5.2. FTP o File Transfer Protocol.                  5.3. Descarga de archivos de un servidor FTP.                  5.4. Programas FTP.                  5.5. Documentos en formato PDF.</p> <p><b>6. Intercambio de archivos a través de Internet.</b>                  6.1. Programas P2P (Peer to Peer, red punto a punto)                  6.2. Redes P2P que utilizan los diferentes programas.                  6.3. Descargas de recursos de audio, video y software.                  6.4. Programas freeware y shareware.                  6.5. Delitos contra la propiedad intelectual en la descarga de archivos.                  6.6. Utilización legal de contenidos y archivos digitales.</p>	
--	--	--	--	--

MD03. TAREAS ADMINISTRATIVAS A TRAVÉS DE INTERNET.				Nº de horas de la unidad	20
CP	OG	RA	Contenidos propuestos	Contenidos según normativa	
c, l, m, n, ñ, o, p, q, r.	c, o, p, q, r, s, t, u, v, w, x.	RA3	<p><b>1. Introducción.</b></p> <p><b>2. La factura electrónica.</b>                  2.1. Concepto de factura electrónica.                  2.2. Funcionamiento de la factura electrónica.                  2.3. Utilización de la factura electrónica.                  2.4. Formatos de Factura Electrónica.                  2.5. Conservación de las facturas electrónicas.</p> <p><b>3. Trámites administrativos con otras empresas y con organismos públicos.</b>                  3.1. Normativa vigente aplicable en la relación de las empresas con las Administraciones Públicas.                  3.2. Gestión de impuestos estatales y de otros organismos públicos.                  3.3. Trámites con la Seguridad Social.                  3.4. Banca electrónica.                  3.5. Contratación electrónica.</p>	<p><b>Realización de la facturación electrónica y otras tareas administrativas de forma telemática:</b></p> <p><b>CONCEPTOS SOPORTE:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Factura electrónica: aspectos generales, normativa legal.</li> <li>- Seguridad: firma electrónica reconocida.</li> <li>- Seguridad en Internet. Spam, virus informáticos, Spyware, Phising</li> <li>- Navegación segura: las cookies (huellas).</li> </ul> <p><b>TÉCNICAS, PROCEDIMIENTOS Y ACTITUDES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Factura electrónica: utilización</li> <li>- Relación con otras empresas y organismos públicos: banca electrónica, trámites con la Seguridad Social y relaciones tributarias con Hacienda entre otros.</li> <li>- Programas de facturación electrónica.</li> <li>- Programas de visualización e impresión de archivos PDF.</li> </ul>	

			<p><b>4. Firma y certificación electrónica.</b>                  4.1. La firma digital.                  4.2. Formatos de firma.                  4.3. Sistema EDI.                  4.4. Firma en documentos PDF.                  4.5. Criptografía y sistemas de cifrado.                  4.6. Cifrado de claves públicas y privadas.                  4.7. Los certificados digitales.                  4.8. Prestadores de Servicios de Certificación.                  4.9. Protocolos y normas de seguridad en Internet.</p> <p><b>5. Seguridad en Internet:</b>                  5.1. Diseño de la seguridad en Internet.                  5.2. Zonas y niveles de seguridad.                  5.3. La privacidad en Internet.                  5.4. Las cookies.                  5.5. Contenidos restringidos.</p> <p><b>6. Riesgos en Internet.</b>                  6.1. Amenazas y delitos en Internet.                  6.2. Los virus informáticos.                  6.3. Bombas.                  6.4. Troyanos.                  6.5. Gusanos.                  6.6. Protección de datos.                  6.7. Robo de identidad o phishing.                  6.8. Correos electrónicos no deseados o Spam.                  6.9. Medidas de seguridad en los equipos informáticos.                  6.10. Protección por puertos y firewall.                  6.11. Programas antivirus y antiespías.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Programas reproductores, organizadores y sincronizadores de música, vídeos, películas, programas de televisión y audiolibros entre otras aplicaciones.</li> <li>- Programas de compresión de datos.</li> <li>- Programas destinados a la producción y entrega de contenidos interactivos.</li> <li>- Programas de creación de CD y DVD.</li> <li>- Otros programas usados en la red: prensa, diccionarios, traductores en línea, contratación de viajes, libros electrónicos, búsqueda de empleo, televisión y radio, juegos on-line, entre otros.</li> <li>- Los programas antivirus, cortafuegos y antiespías.</li> </ul>
--	--	--	---	--

MD04. REDES SOCIALES EN LA EMPRESA COMERCIAL.			Nº de horas de la unidad	25
CP	OG	RA	Contenidos propuestos	Contenidos según normativa
c, l, m, n, ñ, o, p, q, r.	c, o, p, q, r, s, t, u, v, w, x.	RA4	<p><b>1. Comunicación en tiempo real.</b>                  1.1. Los grupos de conversación o Chat.                  1.2. Programas IRC. Programas de mensajería instantánea.                  1.3. Mensajes a través del móvil SMS.                  1.4. Foros de comunicación.</p>	<p><b>Conexión en tiempo real con otros usuarios de la red:</b>  <b>CONCEPTOS SOPORTE:</b>                  - Los grupos de conversación o Chat: programas IRC, programas Webchat</p>

		<p>1.5. Como leer y escribir en un foro. 1.6. Los grupos de noticias. 1.7. Suscripción y participación en los grupos de noticias.</p> <p><b>2. Redes sociales.</b> 2.1. Web 2.0. 2.2. Weblogs, blogs o bitácoras. 2.3. Fotoblogs y Moblogs. 2.4. Los microblogs y widget. 2.5. Podcast. Tecnología RSS.</p> <p><b>3. Telefonía por Internet.</b> 3.1. Telefonía IP. Programas usados. 3.2. Videoconferencia. 3.3. Software de videoconferencias.</p> <p><b>4. Gestión de la reputación.</b> 4.1. Campañas de comunicación a través de las redes sociales. Los medios sociales. 4.2. Los medios de comunicación tradicionales emplean redes sociales. Entornos colaborativos.</p> <p><b>5. Los community manager.</b> 5.1. Crear una página corporativa y de producto. 5.2. Crear un grupo. Añadir elementos a una página de una red social. 5.3. Añadir aplicaciones profesionales a una página. 5.4. Organizar eventos. 5.5. Realizar encuestas. Cómo buscar un grupo interesante. 5.6. Comprar y vender en redes sociales. 5.7. Crear una red de contactos influyentes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Servicio de mensajería instantánea.</li> <li>- Telefonía por Internet.</li> <li>- Videoconferencia.</li> <li>- Televisión.</li> <li>- Los grupos de discusión.</li> <li>- Redes sociales.</li> <li>- Distintas modalidades de Weblogs: Fotoblogs, Moblogs, Podcast, Tecnología RSS.</li> <li>- Redes sociales para empresas:</li> <li>- Perfil, grupo y página.</li> <li>- Blog externos y RSS.</li> <li>- Comprar y vender en redes sociales.</li> </ul> <p><b>TÉCNICAS, PROCEDIMIENTOS Y ACTITUDES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Los Foros: leer y escribir en un foro.</li> <li>- Weblogs, blogs o bitácoras.</li> <li>- Crear una página corporativa.</li> <li>- Crear una página de producto.</li> <li>- Crear un grupo.</li> <li>- Añadir elementos a una página de una red social.</li> <li>- Utilizar elementos fotográficos y audiovisuales en una página de una red social.</li> <li>- Añadir aplicaciones profesionales a una página.</li> <li>- Organizar eventos.</li> <li>- Realizar encuestas.</li> <li>- Cómo buscar un grupo interesante.</li> <li>- Crear una red de contactos influyentes.</li> <li>- Gestionar equipos de trabajo.</li> </ul>
--	--	---	--

<b>MD05. PAGINAS WEB COMERCIALES.</b>			<b>Nº de horas de la unidad</b>	<b>40</b>
<b>CP</b>	<b>OG</b>	<b>RA</b>	<b>Contenidos propuestos</b>	<b>Contenidos según normativa</b>
c, l, m, n, ñ, o, p, q, r.	c, o, p, q, r, s, t, u, v, w, x.	RA5	<p><b>1. La idea de página Web.</b> 1.1. Cuestiones técnicas. 1.2. Estructurar la página Web.</p> <p><b>2. Software de creación de páginas Web.</b></p>	<p><b>Construcción de páginas Web:</b></p> <p><b>CONCEPTOS SOPORTE:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Estructurar una página web</li> <li>- Lenguaje HTML</li> </ul>

		<p>2.1. Estructura HTML.                  2.2. Los enlaces.                  2.3. Hojas de estilo en cascada.                  2.4. Entorno WYSIWYG. Programas de contenido multimedia.                  2.5. Algunos programas de editores visuales.                  2.6. Programas de diseño gráfico.                  2.7. Preparación de imágenes y mapas de imágenes.                  2.8. Programas de tablas y capas.</p> <p><b>3. Diseño Web.</b>                  3.1. Organizar el contenido.                  3.2. Organización de contenidos.                  3.3. Páginas estáticas y páginas dinámicas.                  3.4. Servidores, plataformas y navegadores donde cargar el sitio.                  3.5. Funcionamiento de los buscadores.</p> <p><b>4. Registro del dominio.</b>                  4.1. Edad y geolocalización del dominio. Dominios espejo.                  4.2. Elección del dominio.                  4.3. Indexabilidad de la página. Las URL.                  4.4. Registro del sitio.                  4.5. Alojamiento Web.                  4.6. Gestor de contenidos.</p> <p><b>5. Alta en buscadores.</b>                  5.1. Reconocimiento de las páginas de la Web.                  5.2. Etiquetas de la página.</p> <p><b>6. Mantenimiento de la página Web.</b>                  6.1. Verificación y procesado del catálogo on-line.                  6.2. Efectividad y eficiencia del catálogo on-line.                  6.3. Flujos de caja y financiación de la tienda on-line.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Disponer de una dirección propia o recurrir a una gratuita.</li> <li>- Elección del servidor para alojar páginas Web.</li> <li>- Programas de diseño gráfico y otras utilidades para la web.</li> <li>- Mantenimiento de la información publicada.</li> <li>- Flujos de caja y financiación de la tienda on-line.</li> <li>- Zonas calientes y zonas de usuario.</li> <li>- El carrito de la compra on-line.</li> </ul> <p><b>TÉCNICAS, PROCEDIMIENTOS Y ACTITUDES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Estructurar una página web</li> <li>- Creación de páginas Web con los editores web más usuales.</li> <li>- Publicación de páginas web vía FTP.</li> <li>- Alta en buscadores.</li> <li>- Catálogo on-line: verificación, procesado, efectividad, eficiencia y ambiente de compra.</li> </ul>
--	--	--	--

<b>MD06. PLAN DE MARKETING DIGITAL.</b>				<b>Nº de horas de la unidad</b>	<b>30</b>
<b>CP</b>	<b>OG</b>	<b>RA</b>	<b>Contenidos propuestos</b>	<b>Contenidos según normativa</b>	
c, l, m, n, ñ, o, p, q, r.	c, o, p, q, r, s, t, u, v, w, x.	RA6	<p><b>1. El plan de marketing digital</b>                  1.1. El consumidor on line.                  1.2. Comportamiento del cliente on line                  1.3. El proceso de decisión de compra on line.                  1.4. Políticas de marketing digital.</p>	<p><b>Diseño del plan de marketing digital:</b>  <b>CONCEPTOS SOPORTE:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Desarrollo del plan de marketing digital.</li> <li>- El comportamiento del cliente online.</li> </ul>	

		<p><b>2. La gestión de la relación con los clientes.</b>                  2.1. Tipos de CRM.                  2.2. Implantación de un CRM.</p> <p><b>3. Herramientas de marketing digital.</b>                  3.1. El marketing viral y cross marketing.                  3.2. Spam, frente a e-mail permission marketing.                  3.3. Atracción del tráfico de Internet mediante SEO.                  3.4. Posicionamiento SEM.                  3.5. Campañas con Google Analytics.</p> <p><b>4. Posicionamiento en buscadores.</b>                  4.1. Títulos y Etiquetas.                  4.2. Indexación.                  4.3. Sitemaps y Google local.                  4.4. Buscadores: Mix y límites de posicionamiento.</p> <p><b>5. Selección de palabras clave.</b>                  5.1. Popularidad y competencia.                  5.2. Teoría de la especialización y del Long Trail.                  5.3. Teoría de la estacionalidad o la moda y de la longitud.</p> <p><b>6. Relevancia de la Web.</b>                  6.1. El contenido de la página Web es relevante.</p> <p><b>7. Popularidad de la Web.</b>                  7.1. El Page Rank y Trust Rank.                  7.2. Los enlaces externos e internos.                  7.3. Construcción activa y pasiva de enlaces.</p> <p><b>8. Medición de campañas SEO.</b>                  8.1. El ranking de posiciones. Medir popularidad Web.                  8.2. Medición del tráfico y la competencia Web.</p> <p><b>9. Tendencias del marketing digital.</b>                  9.1. Aplicaciones del mobile marketing, TDT y otros.                  9.2. Búsquedas locales y buscadores verticales.                  9.3. Google universal.                  9.4. Búsquedas personalizadas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Promoción online y offline de la Web.</li> <li>- Herramientas de posicionamiento en buscadores: email marketing, SEM, SEO y campañas en páginas afines.</li> <li>- Marketing de afiliación.</li> <li>- Marketing relacional y gestión de la relación con los clientes (CRM).</li> <li>- Cross marketing.</li> <li>- Marketing viral.</li> <li>- Marketing one-to-one.</li> <li>- Aplicaciones del mobile marketing, TDT, entre otros.</li> <li>- Internet TV, videoblogs, Web TV, entre otros.</li> <li>- Sistemas de publicidad poco aconsejables: el Spam, publicidad no deseada, la ley contra el Spam.</li> </ul> <p><b>TÉCNICAS, PROCEDIMIENTOS Y ACTITUDES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Posicionamiento en buscadores.</li> <li>- Selección de las palabras clave.</li> <li>- Cómo alcanzar un buen posicionamiento natural SEO.</li> <li>- Cómo alcanzar un buen posicionamiento de pago SEM.</li> <li>- Políticas de captación: proceso de creación de una marca.</li> <li>- Análisis de estadísticas y medición de resultados.</li> </ul>
--	--	---	--

MDO7. COMERCIO ELECTRONICO.				Nº de horas de la unidad	30
CP	OG	RA	Contenidos propuestos	Contenidos según normativa	
c, l, m, n, ñ, o, p, q, r.	c, o, p, q, r, s, t, u, v, w, x.	RA 7	<ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. La tienda on line.</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1. Ventajas e inconvenientes del comercio electrónico.</li> <li>1.2. Objetivo de ventas.</li> <li>1.3. La idea de tienda on line.</li> </ol> </li> <li><b>2. Tipología de negocio digital.</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1. Portales horizontales y B2B.</li> <li>2.2. El B2C, Business to Costumer y el C2C, Costumer to Costumer.</li> <li>2.3. El C2B, Costumer to Business y el e-government.</li> <li>2.4. Nuevas relaciones comerciales electrónicas.</li> <li>2.5. Comercio electrónico móvil, M-Comerce.</li> </ol> </li> <li><b>3. Modelos de comercio electrónico.</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>3.1. Escaparate virtual y comercio virtual.</li> <li>3.2. Los medios de suscripción y afiliación.</li> <li>3.3. Mediador y infintermediario.</li> <li>3.4. Publicidad y Comunidades.</li> </ol> </li> <li><b>4. El escaparate on line.</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>4.1. Catalogo y contenidos. Visibilidad.</li> <li>4.2. Ambiente de compra. Carrito de la compra.</li> <li>4.3. Zonas caliente y zonas de usuario.</li> </ol> </li> <li><b>5. Captación y fidelización on line.</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>5.1. El branding.</li> <li>5.2. Cross marketing y marketing viral.</li> <li>5.3. Reclamaciones como medio de fidelizar.</li> </ol> </li> <li><b>6. Medios de pago electrónicos.</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>6.1. Medios tradicionales y específicos de pago.</li> <li>6.2. Servicios mediadores de pago.</li> <li>6.3. Seguridad en el pago on line.</li> <li>6.4. Criptografía.</li> <li>6.5. Firma y certificados digital.</li> <li>6.6. Protocolos de seguridad.</li> </ol> </li> <li><b>7. Otros aspectos de comercio electrónico.</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>7.1. Aplicaciones informáticas de comercio electrónico.</li> <li>7.2. Aspectos jurídicos del comercio electrónico.</li> <li>7.3. Otros tipos de negocio on line, e-shop, e-procurement, e-marketplace, e-auction y e-logistics.</li> </ol> </li> </ol>	<p><b>Definición de la política de comercio electrónico de una empresa:</b></p> <p><b>CONCEPTOS SOPORTE:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Modelos de negocio digital: portales horizontales, B2B, B2C, entre otros.</li> <li>- Aspectos jurídicos del comercio electrónico.</li> <li>- La importancia financiera de la reclamación.</li> <li>- Medios de pago electrónicos.</li> <li>- Períodos de reflexión y cancelaciones.</li> <li>- Criptografía: clave simétrica, clave asimétrica, cifrado de clave única.</li> <li>- Entidades certificadoras raíz.</li> <li>- El Spyware (programas espías).</li> <li>- Encriptación.</li> <li>- Protocolos de seguridad: SSL (Secure Socket Layer), SET (Secure Electronic Transaction), 3D Secure.</li> <li>- Negocios electrónicos: e-shop, e-mail, e-procurement, e-marketplace, e-auction, entre otros.</li> <li>- Parques empresariales virtuales.</li> </ul> <p><b>TÉCNICAS, PROCEDIMIENTOS Y ACTITUDES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Idea y diseño de una tienda virtual.</li> <li>- Escaparate Web. Catálogo electrónico.</li> <li>- Selección y registro de dominio.</li> <li>- La gestión de la satisfacción como garantía de la recuperación de clientes.</li> <li>- Control logístico de las mercancías vendidas online.</li> <li>- La reclamación como instrumento de fidelización del cliente.</li> <li>- La gestión de la satisfacción como garantía de la recuperación de clientes.</li> <li>- Firma.</li> <li>- Certificados digitales.</li> </ul>	

**Presencialidad en modalidad “a distancia”**

**PRESENCIALIDAD EN EL MÓDULO PROFESIONAL**

Estimación del número de horas presenciales del módulo.		<b>28</b>	% horas sobre el total:		<b>16%</b>
<b>ACTIVIDADES PRESENCIALES PROPUESTAS</b>					
Descripción de las actividades prácticas presenciales que se proponen para el módulo profesional:	Unidades con las que se relaciona:	Recursos necesarios			Nº de horas o sesiones necesarias:
		Material:	Instalaciones:	Profesorado:	
Configuración del acceso a la red Internet.	MD01	Ordenadores, acceso a Internet.	Aula con medios informáticos	Profesor técnico de Formación Profesional	1 sesión de 4 horas
Realizar una transferencia de archivos a través de una aplicación FTP.	MD02	Ordenadores, software de transferencia de archivos		Profesor técnico de Formación Profesional	1 sesión de 4 horas
Realizar una factura electrónica, incluyendo firmas y certificados digitales.	MD03	Ordenadores, software de facturación electrónica, lector de firmas digitales		Profesor técnico de Formación Profesional	1 sesión de 4 horas
Añadir aplicaciones profesionales a una página de la Web, del Blog o de una red social.	MD04	Ordenadores, software de comunicación.		Profesor técnico de Formación Profesional	1 sesión de 4 horas
Realizar el alta de la Web en un buscador como Google.	MD05	Ordenadores, software de comunicación		Profesor técnico de Formación Profesional	1 sesión de 4 horas
Seleccionar las palabras clave de nuestra Web para realizar un buen posicionamiento SEO y SEM.	MD06	Ordenadores, software de comunicación		Profesor técnico de Formación Profesional	1 sesión de 4 horas
Realizar el escaparate, catálogo electrónico, definir las zonas calientes, de usuario y el carrito de compra para que la Web tenga buena usabilidad y ambiente de compra.	MD07	Ordenadores, software de comunicación		Profesor técnico de Formación Profesional	1 sesión de 4 horas
<b>Conclusión:</b>	Pensamos que todas esas actividades prácticas requieren la comparecencia en el centro del alumnado <b>durante 7 días, en sesiones de 4 horas</b> , que deben repartirse a lo largo del curso de la siguiente forma: 1 sesión en cada uno de los meses siguientes: octubre, noviembre, enero, febrero, marzo, abril y mayo.				

### PROCEDIMIENTO E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

Se celebrarán **tres sesiones de evaluación** a lo largo del curso académico, una en cada trimestre lectivo, en las que participarán el conjunto de Profesores que imparten docencia en el grupo, coordinados por el Tutor del mismo, con el fin de valorar el progreso del alumnado en la obtención de los objetivos generales del Ciclo y los objetivos específicos de los Módulos que lo componen.

Los **instrumentos de evaluación** a utilizar en el Módulo serán **pruebas objetivas escritas y pruebas prácticas** sobre los contenidos comprendidos en las unidades didácticas asignadas a cada evaluación.

La distribución temporal de las Unidades de Trabajo que componen la programación didáctica del Módulo, en función de las evaluaciones del curso, es la siguiente:

**1ª Evaluación:** unidades 1, 2 y 3.

**2ª Evaluación:** unidades 4, 5 y 6.

**3ª Evaluación:** unidad 7.

Cada una de estas pruebas versará sobre los contenidos correspondientes a cada evaluación, en las cuales deberá responderse a preguntas y resolver casos prácticos, lo que permitirá evaluar el grado de conocimiento de los contenidos, así como la capacidad de análisis, de razonamiento y de comprensión del alumno.

Se valorarán los trabajos presentados por el alumno, cuando proceda, en relación con las actividades propuestas por el profesor-tutor.

El **tipo de examen** a realizar constará una parte teórica, que comprenderá preguntas tipo test y preguntas cortas.

### CRITERIOS DE CALIFICACIÓN Y PROMOCIÓN

Para asignar la calificación en el Módulo a cada uno de los alumnos, se aplicarán los siguientes **criterios de calificación**:

- **Asistencia regular a las clases y demás actividades lectivas:** Será imprescindible acreditar la asistencia del 80%, al menos, del total de las horas lectivas del Módulo para poder ser evaluado por el sistema de evaluación continua.
- **Actitud y trabajo diario del alumno en el aula:**  
Mediante la observación directa del alumno, tanto a nivel individual como de grupo, se valorarán los siguientes aspectos: La toma de apuntes, su actitud y participación en las clases, sus intervenciones y explicaciones sobre los temas y ejercicios propuestos, su dedicación e interés en el desarrollo de las tareas propuestas y las técnicas de investigación utilizadas.  
Se le asignará un **10 %** de la calificación.
- **Realización y presentación correcta de los trabajos y actividades propuestas:**  
Este instrumento permitirá la valoración del trabajo efectivo desarrollado por los alumnos fuera del aula, tanto de forma individual como en grupo. Se valorará:
  - Trabajos individuales.
  - Actividades realizadas dentro y fuera del aula.
  - Trabajos monográficos sobre alguno de los temas desarrollados en el aula.
  - La búsqueda, selección y análisis de información.
  - Trabajos en grupo presentados.

Se valorarán aspectos tales como: la utilización de los recursos, calidad del trabajo



presentado, la claridad y precisión en la exposición de los trabajos, creatividad y diseño de los trabajos en relación con el tema que corresponda.

Se asignará a este apartado hasta un **30 %** de la calificación.

- **Pruebas escritas propuestas para la evaluación:** Permitirán evaluar y calificar los conocimientos adquiridos por los alumnos, así como su desarrollo en el proceso de aprendizaje. En función de la naturaleza de los contenidos (conceptos y procedimientos) a evaluar, las pruebas podrán adoptar las siguientes modalidades:
  - ◆ Preguntas tipo test.
  - ◆ Preguntas y cuestiones de respuesta corta.
  - ◆ Análisis e interpretación de información.
  - ◆ Realización de actividades y supuestos.

Para obtener evaluación positiva **será necesario haber obtenido, en todas las pruebas realizadas, una calificación igual o superior a 5 puntos, en una escala de 0 a 10.** Finalmente, se calculará la nota ponderada: 40% para las pruebas escritas y un 60% para las pruebas prácticas.

Se asignará a este instrumento de evaluación un **60 %** de la calificación.

De acuerdo con el proceso de **evaluación continua**, el resultado positivo en una evaluación supone haber superado las anteriores. De ello se deduce también que, **para poder obtener un resultado positivo en una evaluación, es necesario tener aprobadas todas las anteriores.**

La **CALIFICACIÓN FINAL DEL MÓDULO** será igual a la **media aritmética ponderada de las calificaciones obtenidas en todos los instrumentos de evaluación** enumerados, aplicando a cada uno de ellos las ponderaciones o porcentajes que se indican.

**Para superar el Módulo, será necesario obtener una calificación final igual o superior a 5 puntos, en una escala de 0 a 10.**

## ACTIVIDADES DE RECUPERACIÓN

Cuando los resultados obtenidos por un alumno en alguna evaluación sean negativos, se realizarán **actividades de recuperación**, que podrán consistir en:

- **Realización de trabajos y ejercicios** sobre aquellos aspectos en que se hubiesen detectado mayores deficiencias.
- **Repetición de determinadas actividades**, cuando se hubiese observado que en su realización el alumno no dedicó el suficiente tiempo o esfuerzo.

Al final de curso, en el **mes de junio**, aquellos alumnos que no hayan superado todas las evaluaciones, para poder obtener evaluación positiva en el Módulo, deberán realizar una **“prueba de suficiencia global” o PRUEBA DE MÍNIMOS**, en la cual, se exigirán los contenidos, tanto teórico como prácticos, que se consideran **mínimos** para la obtención de las capacidades terminales del Módulo.

### EVALUACIÓN EXTRAORDINARIA DE SEPTIEMBRE

El alumno que no haya superado el Módulo en la evaluación ordinaria de junio podrá presentarse a la convocatoria extraordinaria de septiembre, en la fecha y hora que determine la Jefatura de estudios.

En la evaluación extraordinaria de septiembre, se realizará una **prueba global escrita**, que versará sobre los mínimos no conseguidos a lo largo del curso, similar a realizada en junio, en la que el alumno deberá demostrar la adquisición de las capacidades terminales del Módulo.

La calificación de dicha prueba extraordinaria será de 1 a 10 puntos.

### NORMAS SOBRE LA 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 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 las actividades programadas será obligatoria.
3. 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 la propia evaluación continua en el Módulo.
4. Las faltas de asistencia deberán ser justificadas, en todo caso, por el alumno ante el tutor, considerándose causas válidas las contempladas como tales en la legislación laboral vigente: Enfermedad, accidente, fallecimiento o enfermedad grave de un familiar, boda, nacimiento de un hijo, traslado de domicilio, cumplimiento de un deber inexcusable de carácter público, permisos para exámenes, consultas médicas y profesionales, etc.
5. El profesor responsable del Módulo llevará el control diario de asistencia del alumno.
6. Cuando las faltas de asistencia de un alumno superen el 20 % de las horas lectivas del Módulo, ante la imposibilidad de aplicar el sistema de evaluación continua, el profesor notificará al alumno y/o a su familia esta circunstancia y la exclusión de la evaluación continua en dicho Módulo.
7. El número máximo de faltas de asistencia permitidas para poder aplicar el sistema de evaluación continua en el Módulo de "Marketing Digital" será de 38 horas.
8. El alumno que haya quedado excluido de la evaluación continua en el Módulo por haber superado el límite de faltas de asistencia establecido, no podrá realizar las pruebas o actividades de evaluación que, a partir de ese momento, se propongan al resto de los alumnos del grupo dentro del proceso de evaluación continua.
9. Los alumnos que hayan acumulado un número de faltas de asistencia superior al 20% de las horas lectivas del Módulo, ante la imposibilidad de aplicar la evaluación continua, deberán someterse a fin de curso a un procedimiento extraordinario de evaluación, que consistirá en la realización de una "PRUEBA GLOBAL", que versará sobre la totalidad de los contenidos programados y que permita evaluar la consecución de todas y cada una de las capacidades terminales del Módulo.

No se trata de una prueba de mínimos, puesto que los alumnos que deben acceder a ella son aquéllos que han renunciado a la evaluación continua por haber dejado de asistir a las clases y, en consecuencia, deberán demostrar que han adquirido todas las capacidades que se exigen para superar el Módulo.

La prueba global extraordinaria se realizará en el mes de junio: la fecha y hora de la misma se dará a conocer a los alumnos, con la suficiente antelación, a través del tablón de anuncios del

aula y/o del situado en el hall del Instituto.

### METODOLOGÍA DIDÁCTICA

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, y plantearse mediante una acción integradora de conocimientos, técnicas y habilidades concretas que impliquen trabajos participativos de los alumnos.

Se utilizará tanto la **metodología expositiva**, en la que el profesor facilitará a los alumnos la información, material didáctico, bibliográfico o apuntes elaborados, que les permitan comprender y asimilar los conceptos teóricos fundamentales, mediante el aprendizaje “receptivo”, como la **enseñanza por descubrimiento**, en la que se plantearán determinados supuestos o casos prácticos, proporcionándoles previamente la información necesaria para su resolución, lo que permitirá el aprendizaje “significativo” o “por descubrimiento”.

La metodología didáctica estará dirigida a **capacitar al alumno 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.

El proceso de enseñanza-aprendizaje se ha programado basándose en la realización de una serie de actividades de aprendizaje, tanto de forma individual como en grupo, que pretende propiciar la iniciativa del alumnado ante diferentes situaciones, intentando **conectar el aula con el mundo real** de las empresas, profesionales y organismos administrativos, que conforman el entorno profesional y de trabajo del técnico que se desea formar.

Por lo tanto, el proceso de enseñanza se basará, fundamentalmente, en el desarrollo de actividades, de las que se recogen en la Programación del Módulo las más significativas, intentando promover el desarrollo de la **capacidad de iniciativa y el “autoaprendizaje”** del alumno, así como el desarrollo de las capacidades de comprensión, análisis, de búsqueda, interpretación y utilización de información:

- En unos casos, se propondrán al alumnado actividades de enseñanza-aprendizaje que supongan un **aprendizaje receptivo**, en las que el profesor les proporcionará una información e intervendrá explicando los contenidos fundamentales y resolviendo las dudas que se presenten para facilitar la comprensión de los conceptos básicos.
- En otros casos, se propondrán actividades que impliquen un **aprendizaje significativo** o por descubrimiento, que consistirán en resolver problemas, obtener información, realizar cálculos y efectuar pequeñas investigaciones, en las que se plantearán a los alumnos supuestos prácticos que reflejen situaciones que habitualmente se presentan en las empresas, facilitándoles los datos necesarios para su resolución u orientándoles en la forma de obtener dicha información, debiendo tomar éstos una actitud activa y construir su propio aprendizaje. Las actividades se plantearán de forma que sea el propio alumno el que vaya descubriendo los pasos a realizar, proponiéndole distintos caminos, de forma que se acostumbre a analizar las posibles soluciones, promoviendo así el **aprendizaje por descubrimiento** y convirtiendo al alumno en protagonista de su propio aprendizaje.

- Es muy importante acostumbrar al alumnado a trabajar en grupo, de forma que desarrolle actitudes grupales y adquiera capacidades para el trabajo en equipo.

Dado que el contenido organizador del Módulo es de carácter **procedimental**, un instrumento pedagógico que puede resultar adecuado es la "**simulación**" en el aula de distintas operaciones relacionadas con el Marketing Digital. El proceso de simulación podrá abarcar desde la creación y puesta en marcha de su propia empresa, hasta la planificación y gestión de las operaciones más habituales que se desarrollan en el mundo productivo. Muchas de estas actividades se realizarán en grupo, lo que servirá, a su vez, para fomentar las actitudes necesarias para el trabajo en equipo.

### INCORPORACIÓN DE CONTENIDOS TRANSVERSALES

Se trabajarán con los alumnos del grupo, básicamente, los siguientes temas transversales, aunque se ha de procurar que sean una constante que oriente la conducta y comportamiento del alumnado en la actividad diaria:

- **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 para la convivencia**, promoviendo el respeto, tanto 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 para la igualdad entre los sexos**, promoviendo la cooperación entre los alumnos y las alumnas y el reparto equilibrado de todo tipo de tareas.
- **Educación multicultural**, partiendo de la aceptación de la propia identidad cultural se propiciará la tolerancia y respeto hacia otras culturas.
- **Educación moral y cívica**, desarrollando una actitud de tolerancia ante las diferencias individuales de cualquier tipo.
- **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 salud**, promoviendo hábitos de vida saludables que contribuyan a la prevención de enfermedades contagiosas 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.
- **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.
- **Orientación del alumno hacia el mundo laboral**, para facilitar su inserción en el mercado de trabajo cuando finalice el Ciclo.

### MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

El punto de partida de todo proceso educativo ha de ser la consideración de la totalidad del alumnado como diverso. Por ello, cualquier diseño o programación didáctica deberá tener en cuenta la diversidad de los alumnos.

En cualquier grupo de alumnos se aprecian diferencias en cuanto a:

- Su **capacidad** para aprender.
- Sus **conocimientos previos** sobre la materia.
- Sus **intereses y motivaciones** para aprender, que condicionan la capacidad y dependen de su historia y situación personal.
- Sus **aspiraciones** respecto a su futuro académico y profesional
- Sus **estilos de aprendizaje**.

Es 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, otros que los alcancen sobradamente. En ambos casos, es necesario plantear alternativas.

Teniendo en cuenta los objetivos del Ciclo formativo y el carácter terminal del mismo, **se considera necesario e imprescindible que el alumno adquiera todos los contenidos mínimos fijados para el Módulo**, ya que sólo así podrá alcanzar la cualificación profesional del título.

Por ello, debemos buscar **estrategias que nos permitan dar respuesta a la diversidad del alumnado** a través de medidas ordinarias y extraordinarias.

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.*
- *Modificar el ritmo de introducción de nuevos contenidos.*
- *Organizar, secuenciar, dar prioridad a ciertos núcleos de contenidos.*
- *Modificar los criterios, métodos e instrumentos de evaluación utilizados*

## 1. METODOLOGÍA DIDÁCTICA DIVERSA

Se puede atender a las distintas necesidades de los alumnos mediante **adaptaciones metodológicas** que permitan ofrecer **diferentes niveles** de ayuda pedagógica en función del nivel de dificultad que presenten los alumnos.

Los métodos de enseñanza no son mejores o peores en términos absolutos, sino en función de que sean capaces de responder a las necesidades del alumnado en cada momento. Por ello, habrá que combinar de forma coherente la formación básica con la formación propedéutica, para poder dar una respuesta real y efectiva a las necesidades educativas de todo el alumnado.

Cuando las dificultades de aprendizaje son generalizadas y profundas, puede ser necesaria una atención curricular personalizada que se coordine y armonice con la integración social del alumno.

Cuando las dificultades de aprendizaje del alumno no son tan importantes, se resuelven con una **atención personalizada dentro del aula**, modificando los procedimientos ordinarios y realizando ajustes en la metodología didáctica, en las actividades de enseñanza-aprendizaje, los materiales, etc.

## 2. PROPUESTAS DE ACTIVIDADES DIFERENCIADAS

En relación con las actividades de enseñanza-aprendizaje, se pueden **ofrecer para cada tipo de actividad, distintas posibilidades alternativas, con niveles de dificultad diferentes**:

- Una actividad común para la totalidad de los alumnos, que les permita comprender y asimilar los contenidos mínimos.
- Una más sencilla, para aquellos alumnos que hubieran encontrado mayores dificultades y no hayan alcanzado los contenidos mínimos.
- Una más compleja, para los alumnos que hayan superado los objetivos previstos, que les permita profundizar en los conocimientos adquiridos.

Se trata de **preparar una variedad de actividades** para trabajar los contenidos

fundamentales, graduando las tareas, de forma que todos los alumnos puedan encontrar espacios de respuesta más o menos amplios.

### 3. ADAPTACIÓN DE LOS CONTENIDOS PROGRAMADOS

Una estrategia adecuada sería la de **organizar, secuenciar y dar prioridad a determinados contenidos sobre otros**. Se trataría de priorizar o presentar determinados núcleos de contenidos, diferenciando aquellos elementos que se consideran esenciales y básicos para alcanzar los objetivos mínimos, de aquellos otros que permiten ampliar o profundizar en los mismos.

Otra medida adecuada, puede ser la de **modificar el ritmo de introducción de nuevos contenidos**, en función de las dificultades de aprendizaje y los distintos ritmos de aprendizaje de los alumnos.

Puede ser conveniente **modificar la distribución temporal prevista** para algún bloque temático o alguna de las unidades de trabajo programadas, adaptándolos a las distintas situaciones que se presenten en el aula y al diferente ritmo de aprendizaje de los alumnos del grupo.

### 4. ADAPTACIÓN DE LOS CRITERIOS, MÉTODOS Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN

Es posible también modificar los criterios de evaluación previstos para medir el grado de adquisición de las capacidades terminales del Módulo. Asimismo, los procedimientos y los instrumentos de evaluación y calificación utilizados podrán ser adaptados a las diferentes características de los alumnos del grupo.

## ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES

Se programan actividades complementarias específicas para este Módulo, a medida que se organicen por los Organismos competentes.

Se participará en las actividades extraescolares propuestas por el departamento.

Con estas actividades se pretende conseguir una formación integral que contribuya a alcanzar la competencia general del título.

## PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

Se celebrarán **tres sesiones de evaluación** a lo largo del curso académico, una en cada trimestre lectivo, en las que participarán el conjunto de Profesores que imparten docencia en el grupo, coordinados por el Tutor del mismo, con el fin de valorar el progreso del alumnado en la obtención de los objetivos generales del Ciclo y los objetivos específicos de los Módulos que lo componen.

Los **instrumentos de evaluación** a utilizar en el Módulo de Marketing Digital serán **pruebas objetivas escritas y ejercicios prácticos** sobre los contenidos comprendidos en las unidades didácticas asignadas a cada evaluación.

Cada una de estas pruebas escritas o exámenes versará sobre los contenidos correspondientes a cada evaluación, en las cuales deberá responderse a preguntas y resolver ejercicios, supuestos y/o casos prácticos, lo que permitirá evaluar el grado de conocimiento de los contenidos, así como la capacidad de análisis, de razonamiento y de comprensión del alumno.

Se valorarán los trabajos presentados por el alumno, cuando proceda.

Las fechas y horario de los exámenes trimestrales y finales serán las programadas. **En ningún caso se realizarán exámenes fuera de las fechas y horas establecidas**. Se exige puntualidad en el horario previsto, permitiéndose como máximo 10 minutos de retraso, durante

los cuales ninguno de los alumnos presentados podrá abandonar el aula.

Los alumnos deberán acudir a los exámenes provistos de la oportuna documentación identificativa (DNI, pasaporte,...) y del material necesario para realizar la prueba (bolígrafo, calculadora, etc.), no pudiendo utilizar el teléfono móvil como calculadora.

Los teléfonos móviles deberán estar apagados durante los períodos de tutorías y exámenes.

El **tipo de examen** a realizar constará de:

- a) una parte teórica, que comprenderá preguntas tipo test y preguntas cortas.
- b) una parte práctica sobre los supuestos, ejercicios o actividades que correspondan a las unidades incluidas en cada evaluación.

### CRITERIOS DE CALIFICACIÓN Y PROMOCIÓN

Las calificaciones obtenidas por el alumno en el Módulo de “Marketing Digital”, se expresarán mediante una **escala numérica de 1 a 10**, sin cifras decimales. Se valorará como positiva la calificación **igual o superior a 5 puntos**.

Se realizarán a lo largo del curso académico tres pruebas trimestrales de evaluación de cada módulo, que se llevarán a cabo en los meses de diciembre, marzo y mayo, respectivamente. Para superar un Módulo será necesario haber aprobado las tres evaluaciones.

La calificación final de un Módulo en la **evaluación ordinaria de junio** será la que resulte de calcular la media aritmética de las calificaciones obtenidas en las tres evaluaciones trimestrales realizadas, pero para poder calcular dicha media será preceptivo que el alumno **tenga aprobadas todas las evaluaciones del Módulo**.

En el mes de junio, los alumnos que no hayan logrado superar el Módulo por no haber obtenido evaluación positiva en todas las evaluaciones trimestrales, deberán realizar una **prueba o examen de recuperación** de los contenidos pendientes de superación. Es decir, cada alumno deberá realizar la prueba de recuperación de aquella evaluación o evaluaciones que no haya aprobado en su momento.

Asimismo, los alumnos que no se hayan presentado a ninguna prueba de evaluación durante el curso, para superar el Módulo podrán presentarse a un **examen final global en el mes de junio**, que versará **sobre la totalidad de los contenidos**, tanto teóricos como prácticos, del Módulo.

En el mes de junio, se celebrará una sesión de **evaluación final ordinaria**, donde se procederá a la evaluación y calificación final del Módulo.

Aquellos alumnos que no hayan superado el Módulo en la evaluación ordinaria de junio, podrán presentarse a una **evaluación extraordinaria en el mes de septiembre**, que consistirá en un **examen** similar al de la evaluación de junio, sobre los contenidos no superados.

### MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS

Ordenador (Internet)

Cañón

Presentaciones de Power Point, visualización de videos

Otros textos como guía y para preparar actividades de recuperación o profundización.

Ordenadores para los alumnos con acceso a internet.

Prensa diaria.

Revistas especializadas.

Libro recomendado “Marketing Digital” Editorial Paraninfo.

## **MODALIDAD 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.

Para el módulo de Marketing Digital en la modalidad A Distancia se seguirán los materiales colgados en la plataforma, elaborados por el Ministerio de Educación y Ciencia para este módulo. Asimismo, se propondrán actividades prácticas realizadas por el profesor y que se entregaran y evaluarán a través de la plataforma. Además, durante el desarrollo de las tutorías colectivas de este módulo se llevarán a cabo también estos ejercicios prácticos, para facilitar el aprendizaje y su realización a los alumnos.

### **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:<sup>1</sup>**

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:**

### **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

---

<sup>1</sup> Al final se incluyen los Anexos con los cuadros de registro de incidencias de las tutorías y de la programación de las tutorías colectivas

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 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.

## 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.

<b>INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN</b>	<b>MATERIA OBJETO DE EVALUACIÓN</b>
<b>PRUEBAS OBJETIVAS</b> (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.
<b>ACTIVIDADES</b>	
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, la ponderación de la calificación se hará de la siguiente forma:

<b>CALIFICACIÓN</b>	
<b>INSTRUMENTOS</b>	<b>PONDERACIÓN (%)</b>
PRUEBAS OBJETIVAS	60%
ACTIVIDADES	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 COLECTIVAS**

<b>MÓDULO:MARKETING DIGITAL</b>		
<b>HORARIO SEMANAL: MARTES 15:25 A 17:15</b>		
<b>1ª EVALUACIÓN</b>		
<b>FECHA</b>	<b>UNIDAD DE TRABAJO</b>	<b>CONTENIDOS</b>
2 OCTUBRE		Tutoría de presentación/ Programación de la evaluación
9 OCTUBRE	1, 2, 3	Tutoría de 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	Repaso y resolución de dudas de las unidades de trabajo
6 NOVIEMBRE	1, 2	Tutoría de seguimiento
13 NOVIEMBRE	3	Desarrollo de la unidad de trabajo, ejercicios, dudas, etc...
20 NOVIEMBRE	1, 2, 3	Tutoría de preparación de la evaluación
27 NOVIEMBRE	1, 2, 3	Tutoría de preparación de la evaluación
<b>2ª EVALUACIÓN</b>		
8 ENERO	4, 5	Tutoría de programación de la evaluación
15 ENERO	4	Desarrollo de la unidad de trabajo, ejercicios, dudas, etc...
22 ENERO	4	Desarrollo de la unidad de trabajo, ejercicios, dudas, etc...
29 ENERO	4	Tutoría de seguimiento
5 FEBRERO	5	Desarrollo de la unidad de trabajo, ejercicios, dudas, etc...
12 FEBRERO	5	Desarrollo de la unidad de trabajo, ejercicios, dudas, etc...

19 FEBRERO	4, 5	Tutoría de preparación de la evaluación
26 FEBRERO	4, 5	Tutoría de preparación de la evaluación
<b>3ª EVALUACIÓN</b>		
26 MARZO	6, 7	Tutoría de programación de la evaluación
2 ABRIL	6	Desarrollo de la unidad de trabajo, ejercicios, dudas, etc...
9 ABRIL	6	Desarrollo de la unidad de trabajo, ejercicios, dudas, etc...
23 ABRIL	6	Tutoría de seguimiento
30 ABRIL	7	Desarrollo de la unidad de trabajo, ejercicios, dudas, etc...
7 MAYO	7	Desarrollo de la unidad de trabajo, ejercicios, dudas, etc...
14 MAYO	6,7	Tutoría de preparación de la evaluación

