

17.5.3.- MÓDULO PROFESIONAL 3

Módulo profesional:	<i>Marketing digital</i>
Código:	0931
Ciclo formativo:	Gestión de Ventas y Espacios Comerciales
Grado:	Superior
Familia Profesional:	Comercio y <i>Marketing</i>
Duración:	190 horas
Curso:	1º
Especialidad del profesorado:	Procesos Comerciales (Profesora Técnica o Profesor Técnico de Formación Profesional)
Módulo asociado a las unidades de competencia:	----- -----

A.- Objetivos generales que se alcanzan con este módulo:

- c) Utilizar las nuevas tecnologías de la comunicación a través de 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 relacionados con la evolución científica, tecnológica y organizativa del sector y las tecnologías de la información y la comunicación, para mantener el espíritu de actualización y adaptarse a nuevas situaciones laborales y personales.
- p) Desarrollar la creatividad y el espíritu de innovación para responder a los retos que se presentan en los procesos y en la organización del trabajo y de la vida personal.
- 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, a 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 con la normativa aplicable en los procesos de 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. 4

B.- Competencias generales que se alcanzan con dicho módulo

- c) Planificar y desarrollar acciones de marketing digital, gestionando páginas web y sistemas de comunicación a través de Internet, para lograr los objetivos de marketing y 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 con responsabilidad, supervisando el desarrollo del mismo, manteniendo relaciones fluidas y asumiendo el liderazgo, así como aportando soluciones a los conflictos grupales que se presenten.
- 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.

C.- Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación:

1. Administra los accesos y conexiones a redes públicas, semipúblicas y privadas, utilizando navegadores y buscadores de información especializados en la red pública Internet.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los conceptos esenciales de funcionamiento y uso de la red.
- b) Se han evaluado los distintos sistemas de conexión a la red.

- c) Se ha configurado el acceso al sistema informático en la red.
- d) Se han comprobado las características propias de las intranets y las extranet.
- e) Se han utilizado los principales programas navegadores para moverse por la red.
- f) Se han realizado búsquedas selectivas de información mediante aplicaciones específicas.
- g) Se han utilizado buscadores especializados por temas y otras aplicaciones de búsqueda avanzada.

2. Gestiona diversos servicios y protocolos de Internet, manejando programas de correo electrónico y de transferencia de archivos, entre otros.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los elementos que configuran el correo electrónico.
- b) Se ha utilizado el correo electrónico directamente desde la web.
- c) Se han utilizado programas de cliente de correo electrónico para gestionar el envío y la recepción de mensajes.
- d) Se ha identificado el protocolo de red para la transferencia de archivos (FTP) desde un equipo de la clientela a un servidor.
- e) Se han compartido archivos a través de una red de ordenadores entre iguales (peer-to-peer P2P).
- f) Se ha descargado software gratuito con y sin limitaciones de tiempo de uso.
- g) Se han realizado descargas de vídeos, música y videojuegos, entre otros.

3. Realiza la facturación electrónica y otras tareas administrativas de forma telemática, utilizando en cada caso software específico.

Criterios de evaluación:

- 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).
- b) Se ha establecido la transmisión telemática entre ordenadores.
- c) Se ha garantizado la integridad y autenticidad de las transmisiones telemáticas a través de una firma electrónica reconocida.
- d) Se han utilizado aplicaciones específicas de emisión de facturas electrónicas.

e) Se han utilizado herramientas comunes en Internet relativas a la relación de nuestra empresa con organismos públicos y otras entidades.

f) Se han probado diversas herramientas de tipo generalista que se utilizan en la red.

g) Se han identificado los programas perjudiciales para la seguridad e integridad de los datos almacenados en nuestros equipos informáticos.

h) Se han aplicado las barreras de seguridad necesarias para salvaguardar la información de nuestra empresa.

4. Determina la estrategia que se ha de seguir en las interrelaciones con otras personas usuarias de la red, utilizando programas específicos, foros de comunicación y redes sociales de ámbito empresarial.

Criterios de evaluación:

a) Se han utilizado programas web para mantener cibercharlas de texto.

b) Se han utilizado programas de mensajería instantánea.

c) Se han aplicado sistemas de comunicación oral que utilizan solo sonido o sonido e imagen.

d) Se han establecido contactos con otras personas usuarias de la red a través de foros de debate y opinión.

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.

5. Construye páginas web atractivas para las personas usuarias de Internet, utilizando criterios de posicionamiento, fácil manejo y persuasión.

Criterios de evaluación:

a) Se han redactado las sentencias más utilizadas en lenguaje de etiquetas de hipertexto (HTML).

b) Se han utilizado programas comerciales que permiten crear de forma sencilla los ficheros que componen las páginas web.

c) Se ha registrado la dirección de páginas web con dominio propio o con alojamiento gratuito.

d) Se han enviado al servidor de Internet ficheros web creados mediante programas especializados en esta tarea.

e) Se han utilizado programas específicos de inclusión de textos, imágenes y sonido.

f) Se ha construido una web eficiente para el comercio electrónico.

g) Se han incluido en la web, enlaces de interés capaces de generar tráfico orientado e interesado en lo que se ofrece.

6. 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.

Criterios de evaluación:

a) Se ha preparado un plan de marketing digital que permita alcanzar los objetivos comerciales de la empresa.

b) Se han definido los procesos de posicionamiento y marketing online.

c) Se han establecido las pautas que hay que seguir para realizar la publicidad y promoción online.

d) Se han identificado los elementos que configuran el marketing de buscadores.

e) Se han evaluado los retos del marketing electrónico: la confianza en los medios de pago, los problemas logísticos y la seguridad.

f) Se han realizado las tareas necesarias para gestionar y fidelizar a la clientela a través de la red.

g) Se han identificado las nuevas tendencias de comunicación y relación con la clientela en el marketing digital.

h) Se han realizado acciones de marketing efectuadas a través de dispositivos móviles.

7. Define la política de comercio electrónico de la empresa, estableciendo las acciones necesarias para efectuar ventas on-line.

Criterios de evaluación:

a) Se han establecido los parámetros necesarios para crear o adaptar un negocio on-line.

b) Se han definido acciones de captación enfocadas al comercio electrónico.

c) Se han reconocido los modelos de negocio 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 identificado los aspectos jurídicos y de protección de datos en el comercio electrónico.
- g) Se han establecido los medios de pago que se van a utilizar.
- h) Se han seleccionado los sistemas de seguridad que garanticen la privacidad e invulnerabilidad de las operaciones.
- i) Se han identificado los diferentes tipos de negocios electrónicos existentes.

D.- Contenidos

UT 1.- Administración de los accesos y conexiones a redes:

Conceptos

- 1.1. Introducción. Qué es Internet y su origen.
- 1.2. Cómo funciona: servidores y clientela, el protocolo TCP/IP, la World Wide Web, los dominios de la red.
- 1-3. Modos de conectarse a Internet.
- 1.4. Configuración del acceso.
- 1.5. Las intranets y las extranets.
- 1.6. Qué es un navegador y cómo funciona: navegadores más utilizados.
- 1.7. Búsqueda de información en la red.
- 1.8. Los buscadores: motores de búsqueda e índices, buscadores temáticos, multibuscadores y metabuscadores.
- 1.9. Conceptos básicos de búsqueda con operadores, sintaxis especiales de búsqueda, la opción de búsqueda avanzada, inclusión en servicios adicionales y herramientas específicas.

Procedimientos

- 1. Identificación de los conceptos esenciales de funcionamiento y uso de la Red.
- 2. Evaluación de los distintos sistemas de conexión a la Red.
- 3. Configuración del acceso al sistema informático en la Red.
- 4. Comprobación de las características propias de las intranets y las extranet.

5. Utilización de los principales programas navegadores para moverse por la Red.
6. Realización de búsquedas selectivas de información mediante aplicaciones específicas.
7. Utilización de buscadores especializados por temas y otras aplicaciones de búsqueda avanzada

Actitudes

1. Planificación metódica de las tareas a realizar con previsión de las dificultades y el modo de superarlas.
2. Reconocimiento del propio esfuerzo en la consecución de los objetivos del trabajo en equipo (tarea, realización, etc.)
3. Disposición e iniciativa personal para aportar ideas y acordar procedimientos que debe seguir el equipo (distribución de tareas más conveniente).

UT 2: Gestión de diversos servicios y protocolos de Internet:

Conceptos

- 2.1.- Correo electrónico: qué es y cómo funciona.
- 2.2.- El correo web: crear una cuenta, realizar las funciones básicas de leer, responder y enviar.
- 2.3.- Correo no deseado.
- 2.4.- Correo POP3: qué es y cómo utilizarlo.
- 2.5.- Gestionar las operaciones de envío, recepción y mantenimiento de correo POP3.
- 2.6.- Transferencia de archivos: qué es y cómo utilizarla.
- 2.7.- Servidores FTP. Aplicaciones FTP.
- 2.8.- Redes P2P (peer to peer): aplicaciones.
- 2.9.- Descargas: musicales, de vídeos y software.
- 2.10.- Freeware y shareware.
- 2.11.- Conexiones telefónicas de voz.

Procedimientos

1. Identificación de los elementos que configuran el correo electrónico.
2. Utilización del correo electrónico directamente desde la página web.

3. Utilización de programas de cliente de correo electrónico para gestionar el envío y la recepción de mensajes.
4. Identificación del protocolo de red para la transferencia de archivos (FTP) desde un equipo cliente a un servidor.
5. Compartición de archivos a través de una red de ordenadores entre iguales (*peer-to-peer* P2P).
6. Utilización de programas de descarga de *software* gratuito, con y sin limitaciones de tiempo de uso.
7. Realización de descargas de videos, música y videojuegos, entre otros.

Actitudes

1. Planificación metódica de las tareas a realizar con previsión de las dificultades y el modo de superarlas.
2. Reconocimiento del propio esfuerzo en la consecución de los objetivos del trabajo en equipo (tarea, realización, etc.)
3. Disposición e iniciativa personal para aportar ideas y acordar procedimientos que debe seguir el equipo (distribución de tareas más conveniente).
4. Interés por la búsqueda de soluciones técnicas ante problemas que se presenten y, también, como elemento de mejora del trabajo en equipo

UT 3: Realización de la facturación electrónica y otras tareas administrativas de forma telemática:

Conceptos

- 3.1.- Factura electrónica: aspectos generales, condiciones para su utilización y normativa legal.
- 3.2.- Seguridad: firma electrónica reconocida.
- 3.3.- Programas de facturación electrónica.
- 3.4.- Relación con otras empresas y organismos públicos: banca electrónica, trámites con la Seguridad Social y relaciones tributarias con Hacienda entre otros.
- 3.5.- Programas de visualización e impresión de archivos PDF.
- 3.6.- Programas reproductores, organizadores y sincronizadores de música, vídeos, películas, programas de televisión y audiolibros, entre otras aplicaciones.

3.7.- Seguridad en Internet: spam, virus informáticos, spyware y phishing.

3.8.- Los programas antivirus, cortafuegos y antiespías.

Procedimientos

1. Identificación de los formatos electrónicos de factura de mayor o menor complejidad (EDIFACT, XML, PDF, HTML, DOC, XLS, GIF, JPEG o TXT, entre otros).
2. Establecimiento de transmisiones telemáticas entre ordenadores.
3. Establecimiento de procedimientos garantizadores de la integridad y autenticidad de las transmisiones telemáticas a través de una firma electrónica reconocida.
4. Utilización de aplicaciones específicas de emisión de facturas electrónicas.
5. Utilización de herramientas comunes en Internet, relativas a la relación de la empresa con organismos públicos y otras entidades.
6. Utilización de diversas herramientas de tipo generalista usadas en la Red.
7. Identificación de los programas perjudiciales para la seguridad e integridad de los datos almacenados en nuestros equipos informáticos.
8. Aplicación de las barreras de seguridad necesarias para salvaguardar la información de la empresa

Actitudes

1. Planificación metódica de las tareas a realizar con previsión de las dificultades y el modo de superarlas.
2. Reconocimiento del propio esfuerzo en la consecución de los objetivos del trabajo en equipo (tarea, realización, etc.)
3. Disposición e iniciativa personal para aportar ideas y acordar procedimientos que debe seguir el equipo (distribución de tareas más conveniente).
4. Interés por la búsqueda de soluciones técnicas ante problemas que se presenten y, también, como elemento de mejora del trabajo en equipo

UT 4: Determinación de la estrategia que se ha de seguir en las interrelaciones con otras personas usuarias de la red:

Conceptos

- 4.1.- Los grupos de conversación o chat: programas IRC y programas webchat.
- 4.2.- Servicio de mensajería instantánea.
- 4.3.- Telefonía por Internet.
- 4.4.- Videoconferencia.
- 4.5.- Los foros: leer y escribir en un foro.
- 4.6.- Los grupos de discusión.
- 4.7.- Redes sociales.
- 4.8.- Weblogs, blogs o bitácoras.
- 4.9.- Redes sociales para empresas.
- 4.10.- Añadir elementos a una página de una red social.
- 4.11.- Utilizar elementos fotográficos y audiovisuales en una página de una red social.
- 4.12.- Añadir aplicaciones profesionales a una página.
- 4.13.- Blog externos y RSS.
- 4.14.- Cómo buscar un grupo interesante.
- 4.15.- Crear una red de contactos influyentes.
- 4.16.- Comprar y vender en redes sociales.

Procedimientos

1. Utilización de programas web para mantener cibercharlas de texto.
2. Utilización de programas de mensajería instantánea.
3. Establecimiento de contactos con otros usuarios de la red a través de foros de debate y opinión.
4. Aplicación de sistemas de comunicación oral que utilizan sólo sonido o sonido e imagen.
5. Establecimiento de contactos sobre temas concretos a través de *blogs* temáticos de contenido profesional.
6. Realización de comunicaciones, publicidad y ventas con otros usuarios de la Red a través de las redes sociales.
7. Generación de contenidos audiovisuales y fotográficos de la actividad, productos y procesos comerciales.

Actitudes

1. Planificación metódica de las tareas a realizar con previsión de las dificultades y el modo de superarlas.
2. Reconocimiento del propio esfuerzo en la consecución de los objetivos del trabajo en equipo (tarea, realización, etc.)
3. Disposición e iniciativa personal para aportar ideas y acordar procedimientos que debe seguir el equipo (distribución de tareas más conveniente).
4. Interés por la búsqueda de soluciones técnicas ante problemas que se presenten y, también, como elemento de mejora del trabajo en equipo

UT 5: Construcción de páginas web:

Conceptos

- 5.1.- Estructura de una página web.
- 5.2.- Lenguaje HTML.
- 5.3.- Creación de páginas web con los editores web más usuales.
- 5.4.- Elección del servidor para alojar páginas web.
- 5.5.- Publicación de páginas web vía FTP.
- 5.6.- Alta en buscadores.
- 5.7.- Programas de diseño gráfico y otras utilidades para la web.
- 5.8.- Catálogo online.
- 5.9.- Flujos de caja y financiación de la tienda online.
- 5.10.- Zonas calientes y zonas de personas usuarias.
- 5.11.- El carrito de la compra online.

Procedimientos

1. Redacción de sentencias más utilizadas en lenguaje de etiquetas de hipertexto (HTML).
2. Utilización de programas comerciales que permitan crear de forma sencilla los ficheros que componen las páginas web. Como referencia, se podrá utilizar WordPress para la realización de las mismas, *blogs*, etc.
3. Registro de la dirección de páginas web con dominio propio o con alojamiento gratuito.
4. Envío al servidor de Internet de ficheros web creados mediante programas especializados en esta tarea.

5. Utilización de programas específicos de inclusión de textos, imágenes y sonido.
6. Construcción de una web eficiente para el comercio electrónico.
7. Inclusión en la web de enlaces de interés capaces de generar tráfico orientado e interesado en lo que se ofrece.

Actitudes

1. Planificación metódica de las tareas a realizar con previsión de las dificultades y el modo de superarlas.
2. Reconocimiento del propio esfuerzo en la consecución de los objetivos del trabajo en equipo (tarea, realización, etc.)
3. Disposición e iniciativa personal para aportar ideas y acordar procedimientos que debe seguir el equipo (distribución de tareas más conveniente).
4. Interés por la búsqueda de soluciones técnicas ante problemas que se presenten y, también, como elemento de mejora del trabajo en equipo.

UT 6: Diseño del plan de marketing digital:

Conceptos

- 6.1.- Desarrollo del plan de marketing digital.
- 6.2.- El comportamiento de la clientela online.
- 6.3.- Promoción online y offline de la web.
- 6.4.- Herramientas de posicionamiento en buscadores: e-mail marketing, SEM, SEO y campañas en páginas afines.
- 6.5.- Políticas de captación: proceso de creación de una marca.
- 6.6.- Análisis de estadísticas y medición de resultados.
- 6.7.- Marketing de afiliación.
- 6.8.- Marketing relacional y gestión de la relación con la clientela (CRM).
- 6.9.- Cross marketing.
- 6.10.- Marketing viral.
- 6.11.- Marketing one-to-one.
- 6.12.- Aplicaciones del mobile marketing y TDT, entre otros.

Procedimientos

1. Preparación de un Plan de *Marketing* digital que permita alcanzar los objetivos comerciales de la empresa.
2. Definición de los procesos de posicionamiento y *marketing online*.
3. Establecimiento de las pautas que hay que seguir para realizar la publicidad y promoción *online*.
4. Identificación de los elementos que configuran el *marketing* de buscadores.
5. Evaluación de los retos del *marketing* electrónico: la confianza en los medios de pago, los problemas logísticos y la seguridad.
6. Realización de las tareas necesarias para gestionar y fidelizar a la clientela a través de la Red.
7. Identificación de las nuevas tendencias de comunicación y relación con la clientela en el *marketing* digital.
8. Realización de acciones de *marketing* efectuadas a través de dispositivos móviles.
9. Presentación y comunicación del Plan de *Marketing* con un programa de presentaciones.
10. Realización y mantenimiento de una estructura en hoja de cálculo, para controlar los objetivos asignados al Plan de *Marketing*.

Actitudes

1. Planificación metódica de las tareas a realizar con previsión de las dificultades y el modo de superarlas.
2. Reconocimiento del propio esfuerzo en la consecución de los objetivos del trabajo en equipo (tarea, realización, etc.)
3. Disposición e iniciativa personal para aportar ideas y acordar procedimientos que debe seguir el equipo (distribución de tareas más conveniente).
4. Interés por la búsqueda de soluciones técnicas ante problemas que se presenten y, también, como elemento de mejora del trabajo en equipo.

UT 7: Definición de la política de comercio electrónico de una empresa:

Conceptos

- 7.1.- Idea y diseño de una tienda virtual.

- 7.2.- Modelos de negocio digital: portales horizontales, B2B y B2C, entre otros.
- 7.3.- Selección y registro de dominio.
- 7.4.- Escaparate web. Catálogo electrónico.
- 7.5.- Control logístico de las mercancías vendidas online.
- 7.6.- La reclamación como instrumento de fidelización de la clientela.
- 7.7.- La importancia financiera de la reclamación.
- 7.8.- Medios de pago electrónicos.
- 7.9.- Períodos de reflexión y cancelaciones.
- 7.10.- Criptografía: clave simétrica, clave asimétrica y cifrado de clave única.
- 7.11.- Firma.
- 7.12.- Certificados digitales.
- 7.13.- Encriptación.
- 7.14.- Negocios electrónicos: e-shop, e-mail, e-procurement, e-marketplace y e-auction, entre otros.

Procedimientos

1. Establecimiento de los parámetros necesarios para crear o adaptar un negocio *online*.
2. Definición de acciones de captación enfocadas al comercio electrónico.
3. Reconocimiento de los modelos de negocio existentes en la Red.
4. Realización del diseño de una tienda virtual.
5. Planificación de la gestión de los pedidos recibidos y todo el proceso logístico.
6. Identificación de los aspectos jurídicos y de protección de datos en el comercio electrónico.
7. Establecimiento de los medios de pago que se van a utilizar.
8. Selección de los sistemas de seguridad que garanticen la privacidad e invulnerabilidad de las operaciones.
9. Identificación de los diferentes tipos de negocios electrónicos existentes

Actitudes

1. Planificación metódica de las tareas a realizar con previsión de las dificultades y el modo de superarlas.

2. Reconocimiento del propio esfuerzo en la consecución de los objetivos del trabajo en equipo (tarea, realización, etc.)
3. Disposición e iniciativa personal para aportar ideas y acordar procedimientos que debe seguir el equipo (distribución de tareas más conveniente).
4. Interés por la búsqueda de soluciones técnicas ante problemas que se presenten y, también, como elemento de mejora del trabajo en equipo

E- Contenidos mínimos por evaluación

En este módulo, la adaptación al entorno y a las actividades profesionales que, como técnico o técnica, va a desarrollar en él, implican que deba terminar con un conocimiento amplio de los últimos avances tecnológicos en este ámbito.

El saber manejarse por Internet, utilizarlo como fuente de información, conocer su sistemática de búsqueda y tener capacidad crítica para discernir lo que es útil o no para su utilización como recurso (proyecto), serán capacidades que habrá que fomentar en el aula. De igual forma, mediante actividades de evaluación, dichos avances deberán ser medidos, lo mismo que con el desarrollo de trabajo en equipo.

1ª Evaluación:

1. Utilización de aplicaciones informáticas de propósito general:
2. Configuración de la red Internet:
3. Utilización de los distintos navegadores, describiendo sus principales características y *pluggins* a incorporar.
4. Utilización de los distintos protocolos de Internet.
5. Configuración de programas de correo electrónico, servidores FTP, Redes P2P
6. Evaluación de plataformas de descarga de *software* gratuito o modo prueba.

2ª Evaluación:

1. Realización de la factura electrónica:
2. Aplicación práctica de la firma electrónica en la relación comercial o con organismos públicos.

3. Implementación de programas de facturación electrónica (estudio de protocolos de seguridad).
4. Creación de perfiles y su difusión a través de la Red:
5. Asimilación del uso de las redes sociales, practicabilidad, creación de perfiles en función del uso al que vaya dirigido (profesional, social)
6. Utilización de herramientas específicas para su uso en redes sociales (*marketing viral*, etc.)
7. Prácticas con herramientas tecnológicas de nuevo uso, Códigos Bidi-QR, realidad aumentada, etc.

3ª Evaluación:

1. Elaboración de Plan de *Marketing* Digital y su reflejo en la política de comercio electrónico de una organización:
2. Creación y gestión de una página web, catálogo *online*, flujos de caja y financiación del negocio, logística, seguridad y seguimiento de la actividad del cliente o de la clienta en nuestra página.
3. Creación y gestión de una tienda *online*, interacción dentro de nuestra página web.
4. Elaboración del Plan de *Marketing* Digital y su aplicación, tanto a la página web como a la tienda *online*.
5. Utilización de herramientas de posicionamiento.
6. Verificación de la seguridad en todos los procedimientos habilitados, web, tienda *online*, herramientas de *marketing*, etc.
7. Aplicación en la presentación del Plan de *Marketing* Digital y en cálculos relativos a estadísticas de campañas de posicionamiento
- 8.

F.- Distribución temporal de las unidades de trabajo:

Unidades de Trabajo	Evaluación	Horas previstas	Resultado de aprendizaje relacionado
1. Administración de los accesos y conexiones a redes	1ª	28	RA 1

2. Gestión de diversos servicios y protocolos de Internet	1ª	32	RA 2
3. Realización de la facturación electrónica y otras tareas administrativas de forma telemática	2ª	30	RA 3
4. Determinación de la estrategia que se ha de seguir en las interrelaciones con otras personas usuarias de la red	2ª	20	RA 4
5. Construcción de páginas web:	2ª y 3ª	40	RA 5
6. Diseño del plan de marketing digital:	3ª	15	RA 6
7. Definición de la política de comercio electrónico de una empresa	3ª	25	RA 7

G. Transversalidad

	Educación ambiental	Educación para el consumo	Educación para la comunicación	Educación para la convivencia y solidaridad	Educación no sexista	Educación para la salud	Educación para la salud
1. Administración de los accesos y conexiones a redes	X	X	X	X	X	X	
2. Gestión de diversos servicios y protocolos de Internet	X	X	X	X	X	X	

3 Realización de la facturación electrónica y otras tareas administrativas de forma telemática	x	x	x	x	x	x	
4 Determinación de la estrategia que se ha de seguir en las interrelaciones con otras personas	x	x	x	x	x	x	
5 Construcción de páginas web	x	x	x	x	x	x	
6: Diseño del plan de marketing digital:	x	x	x	x	x	x	

H.- Metodología didáctica

El profesorado impartidor deberá realizar un seguimiento cercano e individualizado del proceso de aprendizaje del alumnado, realizando anotaciones sistemáticas de avances y dificultades, de tal forma que se pueda corregir, verificar y controlar la correcta asimilación de los diferentes contenidos impartidos, así como la implementación de actitudes y valores asimilables a los contenidos actitudinales reflejados en cada uno de los bloques.

Se menciona la posibilidad de creación de una página web, así como de una tienda *online*, ello posibilitaría la interacción con otros módulos, al tener que trabajar, tal y como se ha mencionado, aspectos tales como logística (almacén), financiación o selección de productos, lo que posibilita el tener una visión general de los módulos que completan el título.

El alumnado debe entender la importancia que, antes de hacer nada, tiene el planificarlo todo, elaborando el Plan de *Marketing* Digital, y centrarse, luego, en llevarlo a la práctica sin desviaciones. Ese Plan tiene que ser **elaborado y comunicado**, empleando aplicaciones de propósito general a nivel de usuario e Internet como canal de promoción.

Cabe destacar la importancia que tiene el presente módulo y las oportunidades que presenta para poder interactuar entre los diferentes módulos, **a través de la posible página web y tienda *online***, tal y como se ha mencionado anteriormente. De igual forma, volver a recordar la implementación de las

diferentes **aplicaciones informáticas** que serán de utilización en los distintos módulos que integran el título.

Incidir en la importancia de ajustar el Plan de *Marketing* Digital a la realidad de la organización, y que su planificación vendrá orientada por su Plan Estratégico.

Se considera conveniente realizar, siempre, primero, una presentación del bloque en su apartado conceptual. Tras ver los conceptos del bloque, es aconsejable **tomar como base un caso práctico o una situación determinada**, incluyéndose en cada uno de los bloques aquellas aplicaciones específicas del mismo. Dichos casos o situaciones serán desarrollados de modo continuo y secuencial, a lo largo de todo el curso. Se propone la **creación de equipos de trabajo como forma de trabajo preferente**, de tal forma que se promuevan determinados valores actitudinales presentados dentro de los contenidos

En general, se usará aquella metodología en la que la participación del alumno/a sea un elemento importante.

En algunos casos se les proporcionará el material necesario para que realicen aquellas actividades de enseñanza-aprendizaje, que podrán ser planteadas a los alumnos de forma individual, en parejas o bien en pequeños grupos.

1.- Instrumentos y procedimientos de evaluación y criterios de calificación.

Para que la evaluación cumpla su función formativa y que la calificación que recibe el alumno se corresponda con sus progresos y ésta en relación con sus capacidades y el nivel alcanzado en el aprendizaje, se ha de tener la máxima información de diversas fuentes.

La evaluación de aprendizaje se efectuará:

- a. Evaluando el aprendizaje del alumno a través de la actividad habitual en el aula.
- b. Mediante pruebas específicas de evaluación.

La evaluación de aprendizaje a través de las actividades habituales del

aula debe ser sistematizado y formalizada adecuadamente, haciendo las oportunas anotaciones con una cierta periodicidad en la ficha del alumno. En principio, el propio seguimiento del alumno en cuanto a su trabajo y participación en las actividades del aula ya permite realizar una primera valoración de los conocimientos que muestran, sus deficiencias y dificultades. Ciertamente, la observación en el aula ha de ser un instrumento utilizado fundamentalmente para evaluar actitudes y hábitos de los alumnos, tanto en el plano individual como en su participación en tareas colectivas. Esta técnica de evaluación debe ser también utilizada para valorar los procedimientos relacionados con la expresión oral, que se ponen de manifiesto en el debate y en la argumentación.

Un instrumento importante y bastante utilizado es la observación de los trabajos del alumno a lo largo del curso, bien individuales o en grupo.

Dentro de las pruebas escritas, existen diferentes modalidades, pruebas objetivas, pruebas de interpretación de datos, pruebas basadas en la exposición de un tema.

Los instrumentos que se van a utilizar ponen de manifiesto que a lo largo de todo el proceso de enseñanza-aprendizaje se está recabando información relevante para llevar a cabo la evaluación formativa, observando los progresos y dificultades de los alumnos y, en consecuencia, facilitando la prestación de las ayudas pedagógicas necesarias.

Al final de cada unidad de trabajo se desarrollará una prueba de evaluación que junto con el resto de observaciones permitirá valorar el grado de aprendizaje adquirido.

La evaluación general, se plantea al principio del curso pasando a los alumnos una prueba que persigue los siguientes objetivos: observar sus preconceptos, la capacidad de comprensión y comunicación de la realidad económica y las motivaciones e intereses frente a la materia.

Criterios de calificación

A.- Período de evaluación ordinario:

A.1.- La nota de evaluación será la suma de los dos apartados siguientes:

1.- La observación en el aula que comprenderá las actitudes generales (interés y dedicación en las tareas de clase, grado de colaboración y participación y puntualidad)

La calificación estará comprendida entre 0 y 10 ponderándose de la siguiente forma:

- a. Interés y dedicación un 10% para la nota final.
- b. Colaboración y participación (valorándose el uso de materiales, adecuación en contenidos y formas en la intervención en clase y trabajo en grupo) ponderándose un 15%
- c. Puntualidad valorándose un 5%

2.- Por otro lado, también se valorarán los exámenes y los trabajos que podrá concretarse en la corrección de actividades, revisión de trabajos bien a realizar individualmente o en grupo durante cada una de los periodos de evaluación, en fechas concretadas previamente o en los momentos que el profesor estime oportunos, con o sin previo aviso. La calificación estará comprendida entre 0 y 10 ponderándose un 70% para la nota final.

Para la valoración de las diversas pruebas y trabajos no sólo se tendrá en cuenta, el nivel del conocimiento específico de la materia que demuestre el alumno/a, sino también la coherencia y precisión en la exposición de las ideas y el razonamiento de las mismas, la expresión oral y escrita, la riqueza de vocabulario y la ortografía.

A.2.- Nota final del módulo:

La nota final del módulo será la media de las tres evaluaciones siempre que, en cada una de ellas, tenga una calificación mínima de 5. En caso contrario, es decir en el caso de tener una o más evaluaciones suspensas (menos de 5), deberá recuperar todas y cada una de ellas para poder realizar dicha nota media.

B.- Alumnos que no se les puede aplicar los criterios de calificación en evaluación ordinaria.

Para aquellos alumnos cuyas faltas alcancen el 15% del cómputo trimestral aplicable al módulo no se les podrá aplicar los criterios de calificación.

En este caso serán evaluados mediante una prueba que se realizará al final de la evaluación.

La nota de la prueba extraordinaria será la suma de los dos apartados siguientes:

1. La nota de la prueba extraordinaria que se puntuará de 0 a 10 y que se ponderará en un 70%
2. La nota de las actividades de recuperación que se puntuarán de 0 a 10 y se ponderarán en un 30%

C.- Período de Evaluación Extraordinario: (Los alumnos se examinarán de aquellas partes suspensas)

C.1.- La nota de la evaluación extraordinaria será la suma de los dos apartados siguientes:

1. La nota del examen extraordinario será la nota de la prueba extraordinaria, de aquellos contenidos no superados, que se puntuará de 0 a 10 y que se ponderará en un 70%
2. La nota de las actividades de recuperación que se puntuarán de 0 a 10 y se ponderarán en un 30%

C.2.- La nota final del módulo en convocatoria extraordinaria será la media de las evaluaciones aprobadas más la nota alcanzada en la prueba extraordinaria, teniendo que ser igual o superior al 5 para superar dicho módulo.

D.- Alumnos de 2º curso con este módulo pendiente

Para los alumnos que estén cursando 2º curso y tengan este módulo pendiente, se diseñará una prueba y unas actividades de recuperación para que el alumnado lo pueda realizar simultáneamente a los módulos de segundo curso, teniendo en cuenta que no se garantizará su asistencia a las clases.

La prueba consistirá:

1. En una prueba global de todos los contenidos mínimos del correspondiente módulo profesional. Que será calificada de 0 a 10 ponderándose en un 70%.
2. Un “Plan de recuperación” ó “Actividades de recuperación” del módulo que tienen pendiente, que comprenda un conjunto de actividades que le permitan al alumno alcanzar los objetivos previstos para superar eficazmente la prueba global. Estas actividades de recuperación serán obligatorias y se irán entregando en las fechas que a tal efecto determine el departamento calificándose de 0 a 10 y ponderándose en un 30%

Teniendo que alcanzar para su calificación de aprobado un mínimo de 5 puntos.

J.- Atención a la diversidad

Los alumnos calificados negativamente en alguna evaluación, se seguirá un sistema de recuperación que será específico para cada alumno y estará en función del/os objetivo/s inalcanzado/s. Existen objetivos que el alumno puede recuperar en próximas evaluaciones, mientras que otros exigen pruebas específicas de recuperación (trabajo, pruebas escritas, ...) y que se celebrarán dentro de las fechas acordadas con el grupo, y en el caso de las pruebas escritas su estructura hará referencia a los mínimos reseñados en dicha programación.

Antes de realizar la prueba de recuperación se dará información sobre contenidos impartidos y se hará hincapié en aquellos que presentan mayor dificultad para los alumnos.

K.- Plan de recuperación

a) Periodo de evaluación ordinaria:

El sistema de recuperación podrá ser específico para cada alumno y estará en función del objetivo/s inalcanzado/s. Existen objetivos que el alumno puede recuperar en próximas evaluaciones, mientras que otros exigen pruebas específicas de recuperación (trabajo, prueba escrita, oral...) y que

se celebrarán dentro de las fechas acordadas con el grupo, y en el caso de la prueba oral y/o escrita su estructura hará referencia a los mínimos reseñados en dicha programación.

Antes de realizar la prueba de recuperación se dará información sobre contenidos impartidos y se hará hincapié en aquellos que presentan mayor dificultad para los alumnos

b) Periodo de evaluación extraordinaria:

1º.- En una prueba global de todos los contenidos mínimos no superados del correspondiente módulo profesional.

2º.- Un “Plan de recuperación” ó “Actividades de recuperación” del módulo que tienen pendiente, que comprenda un conjunto de actividades que le permitan al alumno alcanzar los objetivos previstos para superar eficazmente la prueba global.

c) Alumnos de 2º curso con un módulo pendiente

Para los alumnos que estén cursando 2º curso y tengan este módulo pendiente, se diseñará una prueba y unas actividades de recuperación para que el alumnado las pueda realizar simultáneamente a los módulos de segundo curso, teniendo en cuenta que no se garantizará su asistencia a las clases.

La prueba consistirá:

1. En una prueba global de todos los contenidos mínimos del correspondiente módulo profesional.
2. Un “Plan de recuperación” ó “Actividades de recuperación” del módulo que tienen pendiente, que comprenda un conjunto de actividades que le permitan al alumno alcanzar los objetivos previstos para superar eficazmente la prueba global. Estas actividades de recuperación serán obligatorias y se irán entregando en las fechas que a tal efecto determine el departamento.

Para superar el módulo el alumno deberá alcanzar para su calificación de aprobado un mínimo de 5 puntos.

El profesor que les tendrá que tendrá que realizar su seguimiento será el profesor que imparta dicho módulo en el curso académico correspondiente y en su defecto el Jefe del Departamento

L.- Actividades complementarias y extraescolares

Los alumnos realizarán, en la medida que sea posible, una visita a una empresa para que vean cómo se desarrolla en ella las distintas políticas del marketing-mix. Posteriormente deberán realizarán resumen de lo que han aprendido y de cómo pueden ellos aplicarlas para la su propia empresa.

Asimismo se intentará que expertos en marketing, les den una charla (bien sea en el propio centro o en una empresa).

De igual manera se organizará un rastrillo solidario donde se aplicarán las distintas políticas de marketing-mix, amén de incidir en la educación de valores (solidaridad, paz, educación no sexista, para la comunicación)

Las actividades serán de carácter obligatorio y se valorarán aquellos trabajos que se puedan derivar de dichas actividades complementarias, calificándolos con una nota numérica de 1 a 10. La puntuación alcanzada se sumara al resto de actividades programadas dentro del módulo, contando como una nota más.

También se participará en el encuentro de las Escuelas UNESCO de España, con un tema determinado (según la circulas de las Escuelas UNESCO de España), para fomento de la solidaridad, paz, integración y comunicación con el resto de las Escuela. Esta participación, al ser fuera de horario escolar, tendrá carácter voluntario.

M.- Materiales y recursos didácticos

Los contenidos se impartirán mediante una plataforma educativa online, permitiendo al profesor y a los alumnos colaborar, comunicarse y compartir

ideas fuera del aula. De esta manera, también se amplían las destrezas y competencias tecnológicas.

Así mismo se les facilitará un guión-guía para la realización de las actividades extraescolares.

Los alumnos deberán buscar información a través de la red informática.