DEPARTAMENTO
DE
COMERCIO
Y
MARKETING

Programación Didáctica

MARKETING DIGITAL

1º GVE

CURSO 2023-2024

ÍNDICE

1.INTRODUCCIÓN AL CICLO

1.0. CONTEXTUALIZACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN AL ENTORNO DE APRENDIZAJE.

1.1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL CICLO CON SUS CUALIFICACIONES Y UNIDADES DE COMPETENCIA SEGÚN EL CATÁLOGO NACIONAL DE LAS CUALIFICACIONES.

1.2. COMPETENCIA GENERAL DEL CICLO.

1.3. CONTRIBUCIÓN DEL ÁREA AL DESARROLLO DEL PROYECTO EDUCATIVO DEL CENTRO Y DE LA PGA.

1.4. SEGUIMIENTO, REVISIÓN Y AJUSTE DE LAS PROGRAMACIONES.

1.5. ACTUACIONES PREVISTAS SEGÚN LO CONTEMPLADO EN LA MEMORIA DEL CURSO ANTERIOR.

2. PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO.

2.0. ESCENARIOS A TENER EN CUENTA PARA EL PRESENTE CURSO ESCOLAR.

2.1. OBJETIVOS GENERALES DEL CICLO VINCULADOS AL MÓDULO,

2.2. COMPETENCIAS PERSONALES, PROFESIONALES Y SOCIALES VINCULADAS AL MÓDULO.

2.3. RESULTADOS DE APRENDIZAJE, CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y CONTENIDOS.

2.4.METODOLOGÍA.

2.4.1. METODOLOGÍA DEL MÓDULO.

2.4.2. AGRUPAMIENTOS.

2.4.3. ESPACIOS.

2.4.4. USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN (TIC´S).

2.5. ESTRATEGIAS PARA DESARROLLAR LA EDUCACIÓN EN VALORES Y LA INTERDISCIPLINARIEDAD.

2.6. ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD.

2.7. EVALUACIÓN.

2.8. PLANES DE RECUPERACIÓN.

3. SECUENCIA DE LAS UNIDADES DE TRABAJO.

1.0 CONTEXTUALIZACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN AL ENTORNO DE APRENDIZAJE

Esta programación didáctica está contextualizada en el IES MESA Y LÓPEZ, ubicado a la altura del Barrio de Guanarteme en la parte alta de la Avenida Mesa y López, 69 en Las Palmas de G.C, pudiéndose también acceder por la calle peatonal Jesús Ferrer Jimeno. Tras la reestructuración y obras realizadas en el verano del año 2017, el centro alberga los grupos de Educación Secundaria Obligatoria (ESO), de Bachillerato en sus dos modalidades de Ciencias y Humanidades y Ciencias Sociales, Formación Profesional Básica de la familia profesional de Comercio y Marketing y Ciclos Formativos de grado superior y medio de las familias profesionales de Administración y Gestión y de Comercio y Marketing en modalidad presencial y semipresencial.

El entorno sociocultural y económico de la zona es de nivel medio, ahora bien, la procedencia de la mayor parte del alumnado de Formación Profesional es de distintos lugares de la isla de Gran Canaria con residencia en zonas cercanas al centro, lo que significa que el alumnado pertenece a diferentes enclaves sociales y situaciones socioeconómicas diversas.

Respecto a la actividad económica en el municipio de Las Palmas de G.C. se destaca que existen diversas zonas industriales próximas al centro, donde se ubican empresas del sector industrial y comercial como el Polígono Industrial Miller Bajo, Polígono Industrial Las Torres-Lomo Blanco, Polígono Industrial Escaleritas, Polígono Industrial Barranco Seco, Polígono Industrial El Sebadal, Polígono Industrial Área Portuaria, etc., diversos Centros Comerciales de gran superficie con diversidad de comercios y empresas de restauración y entretenimiento, así como, empresas del sector turístico y centros sanitarios públicos y privados, todas ellas constituye el eje laboral del municipio y suponen un aumento de la demanda de titulados en Formación Profesional de distintas especialidades.

El centro cuenta con la infraestructura y los recursos educativos necesarios para la puesta en práctica de las distintas especialidades formativas que imparte. Todas las aulas están dotadas con ordenador para el profesorado, con conexión a Internet y proyector, además dispone de dos aulas de informática, una de ellas, aula Medusa, así como de aulas específicas (talleres, laboratorios) tanto para la ESO como para Bachillerato. La Formación Profesional dispone de sus propias aulas situadas en la segunda y tercera planta y equipadas con material específico y adaptado a las enseñanzas que se imparten orientadas al mundo laboral, tal es el caso de equipos informáticos, proyectores, cámaras web, micrófonos, altavoces, conexión a internet, … para el uso del alumnado.

Respecto al uso de recursos TIC´s (Tecnologías de la Información y la Comunicación) las nuevas tecnologías, Internet y las redes sociales se han convertido en un elemento indispensable en la sociedad, especialmente entre la gente joven. Estas herramientas constituyen una plataforma estupenda y un altavoz importante para la educación en valores y, a su vez, sirve para que toda la comunidad educativa conozca y se beneficie del trabajo que se realiza en clase, algo que antiguamente sólo ocurría de puertas para adentro del aula.

Estos medios, además, son de especial relevancia para las familias, que gracias a la inmediatez de las redes sociales se pueden sentir informados de una manera más rápida, interactiva y eficiente de todas las noticias, eventos y convocatorias que surgen en nuestro centro.

El IES MESA Y LÓPEZ sigue creciendo en el uso educativo de las redes sociales como Facebook, Instagram y Twitter que no sólo han pasado a ser parte a toda la comunidad educativa, sino que se han constituido en un lugar de encuentro y formación para todas las personas e instituciones que de alguna manera participan del proyecto educativo.

El centro está en una buena situación con respecto a las instalaciones y el equipamiento TIC además con conexiones a Internet estables. Se potencia igualmente el uso de la plataforma Google Classroom de la plataforma Moodle de Formación Profesional: "Campus de las Enseñanzas Profesionales". Igualmente se dispone de una página web que cumple su cometido actual: almacenar la información oficial, criterios de calificación, horarios, formularios, y demás documentación relacionada.

La Comunidad Educativa del centro está formada por aproximadamente 1.100 alumnos y alumnas y sus familias, distribuidos en 44 grupos siendo un centro del Tipo B. El Claustro lo componen aproximadamente 83 profesores y profesoras que se mantiene bastante estable. Es un profesorado dinámico, participativo que lleva a cabo numerosos proyectos, y que mantiene una buena interacción.

En cuanto al alumnado de **Ciclos de Formación Profesional**, en el caso de la Formación Profesional Básica el alumnado tiene unas características que le son propias, obteniéndose los resultados de su trabajo y del docente, especialmente en el segundo curso. El resto de alumnado de la Formación Profesional cuenta con edades comprendidas entre los 16 y 20 años y buscan un futuro profesional, por lo que el interés y dedicación es bastante bueno, a tenor de los resultados académicos, especialmente en los segundos cursos. En el caso de Formación Profesional en la modalidad semipresencial, el rango de edad es más amplio, siendo por lo general alumnado que había abandonado sus estudios para incorporarse al mundo laboral y que ahora ha tomado conciencia de la necesidad de adquirir esta titulación para aumentar sus expectativas laborales. Numerosos/as alumnos/as del centro han sido premios extraordinarios de Formación Profesional.

El Personal de Administración y Servicios del centro se rige por la Ley de Función Pública y por el Convenio Colectivo de dicho personal, asciende actualmente a un total de 7 personas, 3 miembros pertenecientes a la categoría de auxiliar administrativo, de las que uno comparte centro con el CEIP Galicia y 4 trabajadores pertenecientes a la categoría de personal subalterno, dos están en turno de mañana, uno en turno de tarde y otro en turno de noche.

Por su dependencia orgánica de la Consejería de Educación y Universidades, el centro mantiene una estrecha relación con los diferentes centros directivos: Dirección General de Centros e Infraestructura Educativa, Dirección General de Personal, Dirección General de Formación Profesional, Secretaría General Técnica de Educación, y especialmente con la Inspección Educativa. Además, el centro mantiene o ha mantenido relaciones de colaboración con diferentes instituciones y organismos: Fundación ADSIS, Ayuntamiento, Asociación "*Guanarteme se mueve*", …con estas relaciones se promueve la participación y la colaboración buscando que la comunicación y el intercambio de información sea fluido y frecuente.

PROYECTOS EDUCATIVOS DEL CENTRO

AICLE: el centro viene hace años apostando por el bilingüismo. Las siglas AICLE hacen referencia a la enseñanza de un determinado número de materias a través de una lengua extranjera con el objetivo doble de aprendizaje de contenidos y el aprendizaje simultáneo de una lengua extranjera, en nuestro caso en inglés. Actualmente se imparte en los cuatro niveles de la ESO y se ha optado por no tener grupos AICLE y no AICLE, habiendo grupos heterogéneos y desdobles en los momentos de impartir las materias en inglés.

Proyecto ERASMUS PLUS: el centro tiene una tradición de más de 17 años en la participación en programas europeos tales como Leonardo (2003), Asociación multilateral COMENIUS (2007), Ayudante lingüístico COMENIUS (2008) y nuevamente se participó en la Asociación Multilateral Comenius (2013). En 2013, se consiguió la Carta Erasmus de Educación Superior (ECHE), lo que nos permitió empezar a mandar alumnado de ciclos superiores de Formación Profesional a realizar la Formación en Centros de Trabajo (FCT) en países de la Unión Europea, a través del Programa **Erasmus+ KA131**.

Dentro del Programa Erasmus+, el Instituto ha sido centro coordinador del proyecto Erasmus Plus KA229 (proyectos europeos de aprendizaje y movilidad dirigidos a profesorado y alumnado de primaria y secundaria), y actualmente se está trabajando en la solicitud de una nueva acreditación.

El centro dispone de un Departamento Internacional conformado actualmente por un miembro de la dirección del centro, el coordinador Erasmus+, y la Jefa del Departamento de Inglés.

Otros proyectos del centro:

- ESTALMAT
- Nuevas estrategias metodológicas para la mejora del rendimiento en atención a la diversidad.
- Arte a la vista
- Prevención de riesgos laborales de la comunidad educativa
- Dinamización de la biblioteca y plan lector
- Desarrollo del plan de comunicación lingüística, dinamización de la biblioteca, radio y plan lector.
- Referente acoso escolar y familias
- Implementación metodologías activas en 1º de la ESO innovación metodológica-Tablets (matemáticas)
- Implementación metodologías activas en 1º de la ESO innovación metodológica-Tablets (Lengua castellana y literatura)
- Recreos educativos: por la inclusión y la resolución dialogada de conflictos. aulas de convivencia de recreos, GESTIONANDO EMOCIONES.
- Proyecto de FP: "Resalta tu Luz. Tu luz es única, nos ilumina y de noche se ve tu estrella".
- Patrimonio IES Mesa y López

Participamos y dinamizamos las siguientes Redes educativas:

Red INNOVAS:

- Igualdad y Educación afectivo-sexual.
- Comunicación Lingüística, Bibliotecas y Radio escolares.
- Educación ambiental y sostenibilidad.
- Arte y acción cultural.
- Patrimonio Social, Cultural e Histórico Canario.

Redes de coordinación de enseñanzas profesionales:

- Innovación.
- Emprendimiento.

En cuanto a la atención a la diversidad del alumnado, el centro cuenta con los criterios y procedimientos para atender al alumnado con Necesidades Específicas de Apoyo Educativo (NEAE), que en función de su evolución se llevarán a cabo las adaptaciones que sean precisas, en coordinación con el Departamento de Orientación, de manera que se consiga la flexibilidad necesaria a la que se hará mención a lo largo de esta programación.

El centro cuenta con un **Plan de acogida del alumnado extranjero.**

1.1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL CICLO CON SUS CUALIFICACIONES Y UNIDADES DE COMPETENCIA SEGÚN EL CATÁLOGO NACIONAL DE CUALIFICACIONES.

A) IDENTIFICACIÓN DEL CICLO.

El título de Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales queda identificado por los siguientes elementos:

Denominación: Gestión de Ventas y Espacios Comerciales.
Nivel**:** Formación Profesional de Grado Superior.
Duración: 2.000 horas.
Familia Profesional: Comercio y Marketing.
Referente en la Clasificación Internacional Normalizada de la Educación: CINE-5b.
Nivel del Marco Español de Cualificaciones para la educación superior: Nivel 1 Técnico Superior.

B) RELACION DE CUALIFICACIONES Y UNIDADES DE COMPETENCIA DEL CATÁLOGO NACIONAL DE CUALIFICACIONES PROFESIONALES INCLUIDAS EN EL TÍTULO.

1. Cualificación profesional completa:

Implantación y animación de espacios comerciales COM158_3 (Real Decreto 1087/2005, de 16 de septiembre), que comprende las siguientes unidades de competencia:

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 controlar las acciones promocionales en espacios comerciales.
UC0504_3: Organizar y supervisar el montaje de escaparates en el establecimiento comercial.

2. <u>Cualificaciones profesionales incompletas:</u>

a) Gestión comercial de ventas COM314_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.
UC0503_3: Organizar y controlar las acciones promocionales en espacios comerciales.

b) Gestión de marketing y comunicación (Real Decreto1550/2011, de 31 de octubre):

UC2185_3: Asistir en la definición y seguimiento de las políticas y plan de marketing.

c) Asistencia a la investigación de mercados COM312_3 (Real Decreto 109/2008, de 1 de febrero):

UC0993_3: Preparar la información e instrumentos necesarios para la investigación de mercados.
UC0997_3: Colaborar en el análisis y obtención de conclusiones a partir de la investigación de mercados.

d) Organización y gestión de almacenes COM318_3 (Real Decreto 109/2008, de 1 de febrero):

UC1014_3: Organizar el almacén de acuerdo a los criterios y niveles de actividad previstos.
UC1015_2: Gestionar y coordinar las operaciones del almacén.

e) Gestión y control del aprovisionamiento COM315_3 (Real Decreto 109/2008, de 1 de febrero):

UC1003_3: Colaborar en la elaboración del plan de aprovisionamiento.
UC1004_3: Realizar el seguimiento y control del programa de aprovisionamiento.

f) Gestión comercial y financiera del transporte por carretera COM442_3 (RD 1550/2011, de 31 de octubre):

UC2183_3: Gestionar la actividad económico-financiera del transporte por carretera.

C) ENTORNO PROFESIONAL.

1. Las personas que obtienen este título ejercen su actividad en empresas de cualquier sector productivo y principalmente del sector del comercio y marketing público y privado, realizando funciones de planificación, organización y gestión de actividades de compraventa de productos y servicios, así como de diseño, implantación y gestión de espacios comerciales.

Se trata de trabajadores por cuenta propia que gestionan su empresa realizando actividades de compraventa de productos y servicios, o de trabajadores por cuenta ajena que ejercen su actividad en el departamento de ventas, comercial o de marketing dentro de los subsectores de:

Industria, comercio y agricultura, en el departamento de ventas, comercial o de marketing.
Empresas de distribución comercial mayorista y/o minorista, en el departamento de compras, ventas, diseño e implantación de espacios comerciales, comercial o de marketing.
Entidades financieras y de seguros, en el departamento de ventas, comercial o de marketing.
Empresas intermediarias en el comercio como agencias comerciales, y empresas de asesoramiento comercial y jurídico, entre otras.
Empresas importadoras, exportadoras y distribuidoras-comercializadoras. Empresas de logística y transporte.
Asociaciones, instituciones, organismos y organizaciones no gubernamentales (ONG).

2. Las ocupaciones y puestos de trabajo más relevantes son los siguientes:

Jefe de ventas.
Representante comercial.
Agente comercial.
Encargado de tienda.
Encargado de sección de un comercio.
Vendedor técnico. Coordinador de comerciales.
Supervisor de telemarketing.
Merchandiser.
Escaparatista comercial.
Diseñador de espacios comerciales.
Responsable de promociones punto de venta.
Especialista en implantación de espacios comerciales.

1.3 CONTRIBUCIÓN DEL CICLO AL DESARROLLO DEL PROYECTO EDUCATIVO DEL CENTRO Y LA PGA.

A través de los distintos módulos que se imparten en el ciclo, en coordinación con las redes de innovación y emprendimiento, se contribuirá al alcance de los ejes de actuación y objetivos estratégicos fijados por la Consejería de Educación, Formación Profesional, Actividad Física y Deportes, para el curso 2023-2024 y explicitados en la Programación General Anual (PGA) de nuestro centro educativo:

OE 1 - Aumentar la calidad, la equidad, la inclusión y el éxito escolar.
OE 2 - Impulsar la competencia en comunicación lingüística y bilingüismo.
OE 3 - Incentivar el estudio de las áreas STEM (Ciencia, Tecnología, Ingeniería, Arte y Matemáticas).
OE 4 - Potenciar la cultura de la evaluación y la autonomía de los centros educativos.
OE 5 - Favorecer la mejora del bienestar físico y emocional del alumnado.
OE 6 - Promover la actividad física, el deporte y una alimentación saludable.
OE 8 - Reforzar el conocimiento social y profesional del profesorado.
OE 9 - Mejorar el reconocimiento de la función directiva.
OE 10 - Hacer realidad la transformación digital de la Administración.
OE 11 - Simplificar la gestión administrativa en los centros educativos.
OE 12 - Renovar y ampliar las infraestructuras educativas.
OE 13 - Conocer y valorar el patrimonio histórico, natural, social y cultural.
OE 14 - Impulsar la dimensión europea e internacional de la educación.
OE 15 – Fomentar la participación de las familias en los centros educativos.

En el departamento se resaltan los siguientes ejes:

ENTORNOS EDUCATIVOS SOSTENIBLES. CALIDAD, EQUIDAD, INCLUSIÓN Y ÉXITO ESCOLAR, FAVORECIENDO EL BIENESTAR FÍSICO Y EMOCIONAL DEL ALUMNADO.

Mediante el desarrollo de las competencias y los aprendizajes, se educará haciendo partícipe al alumnado en la contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible:

- Desarrollar estilos de vida respetuosos con el medio ambiente, los derechos humanos, la igualdad de género, la promoción de una cultura de paz y no violencia, la ciudadanía mundial y la valoración de la diversidad cultural.

- Favorecer la participación equilibrada de mujeres y hombres en los trabajos grupales, alternando los cargos. Se trabajará de manera trasversal el principio de igualdad de mujeres y hombres, planteando la no discriminación entre alumnas y alumnos y la necesidad de impulsar una formación proactiva hacia la igualdad de unas y otros, posibilitando el avance hacia una igualdad laboral real de mujeres y hombres en su proceso formativo, su profesión y su entorno laboral.

- Potenciar normas y actitudes para combatir la contaminación ambiental.

- Concienciar hacia el consumo responsable.

- Seleccionar los diferentes residuos y aplicar técnicas de aprovechamiento de recursos escasos: técnica de 3R (reducir, reciclar y reutilizar) en el papel, tinta, energía, agua, etc.

- Con la implantación de un enfoque metodológico desarrollado en el marco del DUA (Diseño Universal del Aprendizaje) se buscará que el aprendizaje sea accesible y efectivo para todo el alumnado, independientemente de sus habilidades, preferencias de aprendizaje o intereses, con el objetivo de atender a todo el alumnado.

IMPULSAR LA DIMENSIÓN EUROPEA E INTERNACIONAL DE LA EDUCACIÓN.

Mediante la promoción entre el alumnado de grado superior, para realizar la FCT en otros países europeos, a través de programa Erasmus + KA131, se desarrollarán estrategias que mejoren la internacionalización del sistema educativo canario.

EDUCACIÓN SUPERIOR Y ENSEÑANZAS PROFESIONALES Y DE PERSONAS ADULTAS. TRANSFORMACIÓN DIGITAL. FORMACIÓN DEL PERSONAL DOCENTE.

En los tiempos actuales la digitalización es necesaria para cualquier organización, por lo que las inversiones y las propuestas de formación del profesorado, están orientadas a la modernización de nuestros recursos y a la adquisición de competencias digitales básicas y avanzadas, en el sector de la administración de empresas.

El profesorado del departamento realizará al menos 10 horas de formación en digitalización, organizada a través de la familia profesional, DGFP, PFC, CEPs u otros organismos competentes. Desde el inicio del curso se está trabajando con clases virtuales, videoconferencias, redes sociales, buscadores de internet o buscadores web, aplicaciones informáticas de gestión de empresas, de tratamiento de imágenes, de diseño en 2D y 3D, otras herramientas de diseño gratuitas, y herramientas novedosas, lo que contribuye a fortalecer y modernizar las enseñanzas profesionales adaptándolas a las necesidades del sistema productivo. El Centro cuenta con una Base de Datos del alumnado titulado de las diferentes familias profesionales que se imparten en el Centro (Bolsa de Trabajo), a disposición de todas las empresas que requieran de sus servicios.
Con el fin de impulsar la *educación superior y enseñanzas profesionales y de personas adultas*, promoviendo el aprendizaje a lo largo de la vida y con ello la mejora del crecimiento personal, social y económico, con anterioridad al periodo de solicitud de plazas para el siguiente el curso, a través de nuestras redes sociales, se promocionan nuestras enseñanzas, transmitiendo toda la información de interés al respecto.

CONOCER Y VALORAR EL PATRIMONIO HISTÓRICO, NATURAL, SOCIAL Y CULTURAL.

Al alumnado se les acerca a diversas entidades del entorno, realizando visitas a empresas industriales de Canarias como Tirma SA, Kalise, SA, e Hiperdino, buque insignia de DinoSol Supermercados, cadena líder en el sector de la alimentación en el Archipiélago y la única regional 100 % así como a su centro logístico de Telde, e igualmente, se visitarán otras empresas canarias.

Se realizan visitas a distintos Centros Comerciales de la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria, concretamente, al Centro Comercial Las Arenas y Centro Comercial Los Alisios, así como, al entorno comercial más cercano al centro educativo, dada su trascendencia, ya que el alumnado, de nuestro centro educativo, realiza la Formación en centros de trabajo en empresas situadas en dichos centros comerciales y en el entorno del centro educativo. Asimismo, se realizarán visitas a otras zonas comerciales, ferias, muestras,

exposiciones, charlas que organicen las empresas u otros organismos que sean de interés para la formación del alumnado.

Asimismo, se organizarán visitas al Centro Logístico de Mercadona, al Centro de Emprendedores situado en el Sebadal,, así como, a entidades financieras y de seguros.

Dada la importancia que el PUERTO DE LA LUZ ha tenido en el crecimiento de nuestra economía y su trascendencia para el tejido productivo y social de nuestro territorio, así como la realización próxima, para algunos de nuestros alumnos y alumnas, de su Formación en Centros de Trabajo en alguna de las empresas del Puerto Las Palmas, se realiza una visita familiarizándolos con las zonas y vocabulario empleado en el sector portuario.

También acercamos a las empresas al Centro educativo, nuestros alumnos y alumnas reciben a emprendedores-as de origen canario, que les trasladan sus experiencias y les transmiten las actitudes y aptitudes necesarias para iniciar un nuevo proyecto empresarial a través de ideas y oportunidades. Además, reciben formación impartida por la Cámara de Comercio de Gran Canaria, en fomento del espíritu empresarial, el empleo y la mejora del capital humano en nuestras islas.

A través de una ruta a pie, nuestro alumnado localizará a las Administraciones Públicas Canarias, con las que se relacionan las empresas, entre otras: Ayuntamiento, Oficina de Información al Consumidor (OMIC), sede del Gobierno de Canarias, Seguridad Social, Hacienda Estatal y Hacienda Autonómica, Cámara de Comercio y Cabildo Insular de Gran Canaria.

1.4. SEGUIMIENTO, REVISIÓN Y AJUSTE DE LA PROGRAMACIÓN.

El seguimiento de las programaciones tiene carácter trimestral, quedando reflejado el mismo en una carpeta de la zona compartida que pone a disposición Jefatura de Estudios, donde cada profesor reflejará el informe correspondiente a su módulo, es decir los contenidos impartidos durante el trimestre, dificultades encontradas, adaptaciones de aula, adaptaciones curriculares, resultados académicos y propuestas de mejora

Una vez iniciado las clases ordinarias, esta programación quedará sujeta a posibles cambios en su diseño y desarrollo, a partir de las valoraciones realizadas por el alumnado, departamento y equipo educativo, que aconsejen posibles modificaciones. De dichas modificaciones se informará de manera adecuada al alumnado, el cual no podrá resultar, en ningún caso, perjudicado.

1.5. ACTUACIONES PREVISTAS SEGÚN LO CONTEMPLADO EN LA MEMORIA DEL CURSO ANTERIOR.

Nada relevante que destacar.

2. PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO.

2.0. ESCENARIOS A TENER EN CUENTA PARA EL PRESENTE CURSO ESCOLAR.

La programación del presente módulo se desarrolla para un escenario presencial, salvo que por causas excepcionales (sanitarias, fenómenos meteorológicos adversos, desarrollo de pruebas de EBAU, pruebas de oposiciones, …) resulte necesaria la implantación por tiempo limitado de formas no presenciales de impartición de las enseñanzas. En dicho caso la actividad será desarrollada a través de las plataformas digitales Google Classroom, Google Meet y Pincel Ekade.

Al inicio de este curso se realizarán **pruebas iniciales** que permitan reajustar la programación didáctica del módulo y establecer, en su caso, las medidas de refuerzo y apoyo que correspondan.

Las primeras semanas de curso se dedicarán a **repasar y reforzar los contenidos básicos,** necesarios para desarrollar con aprovechamiento los aprendizajes que corresponden a este curso. Además, al final de cada unidad se realizan supuestos, en las que aparecen operaciones de las unidades anteriores. Ello permitirá que el **alumnado con dificultades** pueda alcanzar aprendizajes básicos, que le posibilitará seguir avanzando en el módulo y en el ciclo formativo.

Con respecto al **alumnado repetidor** se han de asegurar los aprendizajes básicos que permitan al alumnado seguir con aprovechamiento las enseñanzas del módulo, desarrollando actitudes positivas hacia el trabajo y la superación de las dificultades personales y académicas. Se facilitará una enseñanza adaptada a sus intereses, que sean motivadoras y que busquen el aprendizaje significativo a través de su conexión con el entorno empresarial, en el que podrá realizar su actividad laboral. Se realizará valoración periódica de su aprendizaje, adoptando las mejoras que se estimen oportunas, informando a través de Pincel Ekade.

2.1. OBJETIVOS GENERALES DEL CICLO VINCULADOS AL MÓDULO.

Los objetivos generales del ciclo son los siguientes:

a) Conocer y valorar las fuentes y productos financieros disponibles, tales como créditos, préstamos y otros instrumentos financieros, así como las posibles subvenciones y seleccionar los más convenientes para la empresa, analizando la información contable y evaluando los costes, riesgos, requisitos y garantías exigidas por las entidades financieras, para obtener los recursos financieros necesarios que se requieren en el desarrollo de la actividad.

b) Elaborar informes de base y briefings, analizando y definiendo las diferentes estrategias comerciales de las variables de marketing mix, para asistir en la elaboración y seguimiento de las políticas y planes de marketing.

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.

d) Diseñar planes de investigación comercial, determinando las necesidades de información, recogiendo los datos secundarios y primarios necesarios para obtener y organizar información fiable de los mercados.

e) Elaborar informes comerciales, analizando la información obtenida del mercado mediante la aplicación de técnicas estadísticas, para establecer un sistema de información de marketing eficaz (SIM).

f) Determinar los elementos exteriores e interiores que permitan conseguir la imagen y los objetivos comerciales deseados, para organizar y supervisar la implantación de espacios comerciales.

g) Definir las especificaciones de diseño y materiales que consigan transmitir la imagen corporativa de la empresa o de la marca, para organizar y supervisar el montaje de escaparates de espacios comerciales.

h) Determinar la amplitud y profundidad del surtido y su ubicación en la superficie de venta, asignando recursos materiales y humanos según criterios de eficacia, para organizar y controlar la implantación de productos y/o servicios.

i) Determinar el plan de campañas promocionales, seleccionando y formando recursos humanos, para organizar y controlar el desarrollo de acciones promocionales en espacios comerciales.

j) Definir los argumentarios de venta y las líneas de actuación comercial, analizando la información procedente de los clientes, la red de ventas, el briefing del producto y el sistema de información de mercados, para elaborar el plan de ventas.

k) Negociar y cerrar contratos de compraventa con clientes, utilizando técnicas de venta adecuadas y prestando al cliente un servicio de calidad, para gestionar la comercialización y venta de productos y/o servicios y la atención al cliente.

l) Dimensionar el equipo de ventas, fijando los criterios de selección, formación, motivación y remuneración de los vendedores, liderando y organizando al equipo y estableciendo las medidas de seguimiento y control de su actuación comercial, para gestionar la fuerza de ventas.

m) Analizar las necesidades de materiales y de recursos necesarios en los planes de producción y distribución y programar los flujos de materiales y productos ajustándose a los objetivos, plazos y calidad del proceso para realizar y controlar el aprovisionamiento de materiales y mercancías.

n) Analizar los procesos de almacenaje y los métodos de gestión de stocks aplicables en la organización de un almacén, valorando la distribución interna y el sistema de manipulación de las mercancías y aplicando la normativa vigente en materia de seguridad e higiene, garantizando su integridad y optimizando los recursos disponibles, para organizar el almacenaje de las mercancías.

ñ) Gestionar en inglés las relaciones con clientes, proveedores, organismos públicos, banca nacional e internacional y demás operadores que intervienen en las actividades comerciales.

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.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales c), o), p), q), r), s), t), u), v), w) y x) del ciclo formativo.

2.2. COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES VINCULADAS AL MÓDULO.

Las competencias profesionales, personales y sociales de este título son las que se relacionan a continuación:

a) Realizar las gestiones necesarias para la constitución y puesta en marcha de una empresa comercial, planificando y gestionando la obtención de los recursos financieros necesarios que procuren la rentabilidad económica y financiera de la empresa.

b) Asistir en la elaboración y seguimiento de las políticas y planes de marketing, analizando las variables de marketing mix para conseguir los objetivos comerciales definidos por la empresa.

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.

d) Obtener, analizar y organizar información fiable de los mercados, aplicando técnicas estadísticas, y establecer un sistema de información eficaz (SIM), que sirva de apoyo en la definición de estrategias comerciales y en la toma de decisiones de marketing.

e) Organizar y supervisar la implantación de espacios comerciales y el montaje de escaparates, definiendo las especificaciones de diseño y materiales, para conseguir transmitir la imagen de espacio comercial definida que atraiga a los clientes potenciales y lograr los objetivos comerciales establecidos.

f) Organizar y controlar la implantación de productos y/o servicios y el desarrollo de acciones promocionales en espacios comerciales, determinando el surtido y las líneas de actuación de campañas promocionales para conseguir los objetivos comerciales establecidos.

g) Elaborar el plan de ventas y gestionar la comercialización y venta de productos y/o servicios y la atención al cliente, aplicando las técnicas de venta y negociación adecuadas a cada canal de comercialización, para conseguir los objetivos establecidos en el plan de marketing y lograr la satisfacción y fidelización del cliente.

h) Gestionar la fuerza de ventas, realizando la selección, formación, motivación y remuneración de los vendedores, definiendo las estrategias y líneas de actuación comercial y organizando y supervisando los medios técnicos y humanos para alcanzar los objetivos de ventas.

i) Realizar y controlar el aprovisionamiento de materiales y mercancías en los planes de producción y de distribución, asegurando la cantidad, calidad, lugar y plazos para cumplir con los objetivos establecidos por la organización y/o clientes.

j) Organizar el almacenaje de las mercancías en las condiciones que garanticen su integridad y el aprovechamiento óptimo de los medios y espacios disponibles, de acuerdo con los procedimientos establecidos.

k) Comunicarse en inglés con fluidez, tanto de palabra como por escrito, con todos los operadores y organismos que intervienen en operaciones comerciales.

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.

La formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias c), l), m), n), ñ), o), p), q) y r) del título.

2.3. RESULTADOS DEL APRENDIZAJE, CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y CONTENIDOS.

A) RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	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	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 han configurado el acceso al sistema informático en la red. d) Se han comprobados las características propias de las intranets 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.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
2. Gestiona diversos servicios y protocolos de internet, manejando programas de correo electrónico y de transferencia de archivos, entre otros.	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 han identificado el protocolo de red para la transferencia de archivos (FTP) desde un equipo cliente 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.

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
4. Determina la estrategia que se ha de seguir en las interrelaciones con otros usuarios de la red, utilizando programas específicos, foros de comunicación y redes sociales de ámbito empresarial.	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 otros usuarios 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 otros usuarios de la red a través de redes sociales. g) Se han generado contenidos audiovisuales y fotográficos de la actividad, productos y procesos comerciales.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
5. Construye páginas web atractivas para los usuarios de Internet, utilizando criterios de posicionamiento, fácil manejo y persuasión.	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.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
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**.	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 los clientes a través de la red. g) Se han identificado las nuevas tendencias de comunicación y relación con el cliente en el marketing digital. h) Se han realizado acciones de marketing efectuadas a través de dispositivos móviles.

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

CONTENIDOS BÁSICOS.

1. Administración de los accesos y conexiones a redes:

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

2. Gestión de diversos servicios y protocolos de Internet:

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

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

- Factura electrónica: aspectos generales, condiciones para su utilización y normativa legal.
- Seguridad: firma electrónica reconocida.
- Programas de facturación electrónica.
- Relación con otras empresas y organismos públicos: banca electrónica, trámites con la Seguridad Social y relaciones tributarias con Hacienda entre otros.
- Programas de visualización e impresión de archivos PDF.
- Programas reproductores, organizadores y sincronizadores de música, vídeos, películas, programas de televisión y audiolibros, entre otras aplicaciones.
- Seguridad en Internet: spam, virus informáticos, spyware y phising.
- Los programas antivirus, cortafuegos y antiespías.

4. Determinación de la estrategia que se ha de seguir en las interrelaciones con otros usuarios de la red:

- Los grupos de conversación o chat: programas IRC y programas webchat.
- Servicio de mensajería instantánea.
- Telefonía por Internet.
- Videoconferencia.
- Los foros: leer y escribir en un foro.
- Los grupos de discusión.
- Redes sociales.
- Weblogs, blogs o bitácoras.
- Redes sociales para empresas.
- Añadir elementos a una página de una red social.
- Utilizar elementos fotográficos y audiovisuales en una página de una red social.
- Añadir aplicaciones profesionales a una página.
- Blog externos y RSS.
- Cómo buscar un grupo interesante.
- Crear una red de contactos influyentes.
- Comprar y vender en redes sociales.

5. Construcción de páginas web:

- Estructura de una página web.
- Lenguaje HTML.
- Creación de páginas web con los editores web más usuales.
- Elección del servidor para alojar páginas web.
- Publicación de páginas web vía FTP.
- Alta en buscadores.
- Programas de diseño gráfico y otras utilidades para la web.
- Catálogo online.
- Flujos de caja y financiación de la tienda online.
- Zonas calientes y zonas de usuario.
- El carrito de la compra online.

6. Diseño del plan de marketing digital:

- Desarrollo del plan de marketing digital.
- El comportamiento del cliente online.
- Promoción online y offline de la web.
- Herramientas de posicionamiento en buscadores: e-mail marketing, SEM, SEO y campañas en páginas afines.
- Políticas de captación: proceso de creación de una marca.
- Análisis de estadísticas y medición de resultados.
- Marketing de afiliación.
- Marketing relacional y gestión de la relación con los clientes (CRM).
- Cross marketing.
- Marketing viral.
- Marketing one-to-one.
- Aplicaciones del mobile marketing y TDT, entre otros.

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

- Idea y diseño de una tienda virtual.
- Modelos de negocio digital: portales horizontales, B2B y B2C, entre otros.
- Selección y registro de dominio.
- Escaparate web. Catálogo electrónico.
- Control logístico de las mercancías vendidas online.
- La reclamación como instrumento de fidelización del cliente.
- La importancia financiera de la reclamación.
- Medios de pago electrónicos.
- Períodos de reflexión y cancelaciones
- Criptografía: clave simétrica, clave asimétrica y cifrado de clave única.
- Firma.
- Certificados digitales.
- Encriptación.
- Negocios electrónicos: e-shop, e-mail, e-procurement, e-marketplace y e-auction, entre otros.

Orientaciones pedagógicas.

Este módulo contiene la formación necesaria para el desempeño de actividades relacionadas con el uso de la red Internet tales como:

- La configuración de la red y el acceso a la misma.

- La búsqueda avanzada de información.

- La gestión del correo electrónico como medio de comunicación y como herramienta de venta.

- La transferencia de información y de aplicaciones de todo tipo.

- El desarrollo, publicación y mantenimiento de la página web de la empresa.

- La utilización de una gran variedad de programas complementarios de todo tipo como los dedicados a facturar electrónicamente o los destinados a las relaciones con organismos públicos.

- La relación directa enfocada a las ventas con otros usuarios a través de chats, mensajerías, grupos de discusión y blogs.

- La creación y el mantenimiento de la página web de la empresa.

- La definición del plan de marketing y de publicidad digital de la empresa.

- El desarrollo de la política de comercio electrónico de la empresa.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- La creación, mantenimiento y publicación de la página web de la empresa.

- La creación, mantenimiento y publicación de la tienda virtual de la empresa.

- La programación del plan de marketing digital de la empresa.

- La gestión administrativa del comercio electrónico.

- Gestión de cobros y pagos.

- Tramitación y gestión de la documentación comercial, administrativa y fiscal generada electrónicamente.

- La investigación de los mercados y en el marketing nacional e internacional.

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

- Utilización de Internet como medio de búsqueda de información.
- Utilización de todo tipo de aplicaciones informáticas complementarias a Internet.
- Utilización de programas específicos de creación de páginas web.
- Utilización de Internet como soporte publicitario de nuestra empresa y productos.
- Venta electrónica de nuestros productos a través de la tienda virtual.

2.4 METODOLOGÍA.

2.4.1. METODOLOGÍA DEL MÓDULO.

En los estudios de formación profesional, se agrupan en una misma aula, personas de muy diferentes edades y características, que acceden por distintas vías y, por lo tanto, con distintas competencias, motivaciones y situaciones personales, familiares y profesionales. Esta diversidad hace necesario la implantación de un enfoque metodológico basado en hacer que el aprendizaje sea accesible y efectivo para todos los estudiantes, independientemente de sus habilidades, preferencias de aprendizaje o intereses. Este enfoque se desarrollará en el marco del *DUA (Diseño universal del aprendizaje)* que nos lleva a entender las diferencias individuales de aprendizaje y nos reta a replantear el diseño del currículo proporcionando la flexibilidad necesaria al servicio de las necesidades de aprendizaje de todos los alumnos, utilizando diferentes estrategias para motivar al alumnado, fomentando la participación, el trabajo colaborativo y el compromiso de todos los estudiantes.
El modelo contribuye a lograr el Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS4) de la Agenda 2030: «Garantizar una educación inclusiva y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje para todos»

Algunas estrategias para aplicar el DUA en el aula:

- Proporcionar múltiples formas de implicación: proporcionando opciones que permitan captar el interés, mantener el esfuerzo y la persistencia y para la autorregulación logrando que el alumnado desarrolle la capacidad interna para reconocer las emociones, controlar los estados de ánimo y las reacciones ante diferentes situaciones, como personas y en los procesos de aprendizaje.
- Proporcionar múltiples formas de presentación: videos, imágenes, gráficos, lecturas, debates, discusiones en grupo etc.
- Proporcionar múltiples formas de acción y expresión: escritura, dibujo, habla, presentación oral, teatro, música, etc.

A) PRINCIPIOS GENERALES DE ACTUACIÓN METODOLÓGICA A TENER EN CUENTA.

- **Aprendizaje Significativo y funcional.**

Aprender significativamente significa poder atribuir significado al material objeto de aprendizaje. Dicha atribución puede efectuarse a partir de lo que se conoce, La atribución sólo puede realizarse mediante la actualización de esquemas de conocimientos. Dichos esquemas de conocimientos no se limitan a asimilar nueva información, sino que el aprendizaje significativo supone siempre su revisión, modificación y enriquecimiento estableciendo nuevas conexiones y relaciones entre ellos, con lo que se asegura la funcionalidad y memorización comprensiva de los contenidos.

- **Enfoque globalizador.**

El alumnado se verá obligado a manejar marcos teóricos, conceptos, procedimientos, destrezas y habilidades de diferentes disciplinas para comprender y solventar las cuestiones y problemas.

- **Partir del nivel de desarrollo del alumnado, identificando sus fortalezas y potencial de inteligencia. (Inteligencias múltiples como capacidad, destreza).**

- **Gradualidad y progresión.**

Establecer procesos adaptados a los diferentes ritmos y circunstancias personales del aprendizaje para dar respuesta a la diversidad del alumnado desde un enfoque inclusivo.

- **Clima de seguridad, confianza y afectividad.**

La comunicación y la interacción entre el alumnado y el profesorado y de ambas partes entre sí hace posible el diálogo, el debate y el enriquecimiento mutuo, creando un clima de confianza en el que el alumnado se siente seguro.

- **Adaptación al alumnado partiendo de un conocimiento previo del grupo.**

Consideración de los conocimientos previos del alumnado como punto de partida para la adquisición de nuevos aprendizajes haciendo que el aprendizaje sea significativo y funcional.

- **Utilización de recursos didácticos y materiales variados y adecuados.**

- **Conexión de los aprendizajes del alumnado con la realidad de nuestro entorno social y profesional con la finalidad de conseguir aprendizajes competenciales posibilitando un aprendizaje constructivista utilizando**.

- **Realización de aprendizajes competenciales aplicando la teoría a la práctica.**

- **Fomento de la iniciativa, la autonomía y el trabajo en grupo.**

- **Enseñanza-aprendizaje de actitudes personales y profesionales que lleve a su interiorización por parte del alumnado.**

- **Variedad en las actividades e instrumentos de evaluación, empleándolos como parte del proceso de aprendizaje.**

- **Utilización de las Tics como recurso educativo docente y como medio de búsqueda y selección de información y actualización de conocimientos y, para crear productos o trabajos.**

B) MODELOS DE ENSEÑANZA.

Se adoptarán distintos modelos de enseñanza, según la actividad y el fin perseguido con la misma. utilizándose los siguientes, según lo que se pretenda:

1) Enseñanza no directiva: El alumnado es libre para explorar problemas, para decidir la respuesta y tomar decisiones, según un criterio personal. El profesorado no interviene.

2) Enseñanza directiva: Entrenamiento de habilidades y destrezas: se muestra el procedimiento, se realiza una práctica guiada y, después, una práctica autónoma.

3) Simulación: Utilización de simuladores para entrenar y lograr que, cuando se dé la situación real, se sepa actuar adecuadamente.

4) Investigación grupal: Búsqueda de información en grupo, en la que lo más importante es la interacción el alumnado y la construcción colaborativa del conocimiento.

5) Juego de roles: Dramatización de situaciones "reales", en las que cada alumno/a asume un rol dado y actúa en relación a él.

6) Inductivo básico: Al contrario que el deductivo, consiste en partir de casos concretos.

7) Organizadores previos: Cuando la información a suministrar o el campo de estudios es amplio, se parte de una panorámica general del contenido y de sus relaciones (mapa conceptual, gráfico, esquema…)

8) Formación de conceptos: Un paso más del Inductivo básico. Generación de conceptos a partir de la contraposición de datos en torno a una problemática. Requiere de planteamientos de hipótesis.

10) Memorístico: consiste en retener y luego recuperar información que no tiene que ser comprendida (datos, fechas, nombres,). Requiere enseñar técnicas específicas.

11) Sinéctico: Proceso creativo de solución de problemas y/o de creación de productos novedosos basándose en analogías: unir dos cosas aparentemente distintas.

12) Deductivo: Partiendo de categorías y conceptos generales, el alumnado debe identificar y caracterizar los ejemplos concretos que se le suministran.

13) Expositivo: El profesorado suministra información, organizada y explicada, en la mayoría de las ocasiones, puede ser utilizado cuando se comienzan las unidades de trabajo Es adecuado cuando son temas amplios y complejos del proceso, pero teniendo en cuenta

que será más bien una actuación del docente como guía y moderador del proceso de enseñanza aprendizaje,

14) Investigación guiada: Similar a la indagación, pero realizando búsqueda de información en cualquier fuente, sin tener que partir de una hipótesis, pero sí de un tema a investigar.

C) ESTRATEGIAS O RECURSOS METODOLÓGICOS:

Se utilizan metodologías activas que son estrategias de aprendizaje enfocadas en el estudiante y en lograr su capacitación en una determinada disciplina a través de un proceso activo y constructivo. Estas metodologías actúan en contraposición a la enseñanza tradicional, donde el alumnado se limita a recibir, de forma bastante pasiva, una serie de conceptos y conocimientos expuestos por el profesorado, la cual será utilizada, en todo caso, en la introducción y desarrollo de alguna unidad didáctica si se requiere. Se habla de metodologías participativas o metodologías activo-participativas para referirnos a procesos de enseñanza y aprendizaje donde se hace hincapié en el papel proactivo de los alumnos y alumnas y en su capacidad crítica. Para ello se ponen en marcha actividades y técnicas en las que se potencia la reconstrucción del pensamiento de los agentes implicados en la enseñanza, de los alumnos especialmente, pero también de los propios profesores. Estas metodologías toman como principal punto de partida los intereses del alumnado intentando que adquieran las competencias necesarias para su vida laboral y diaria. La figura docente se convierte en un guía y facilitador del aprendizaje, contextualizando los conocimientos a situaciones reales del mundo actual y reorientando las necesidades de los alumnos a lo largo del proceso. Las metodologías activas y participativas que se podrán utilizar en el desarrollo de las unidades de trabajo dependiendo del alumnado y de lo que se pretenda son:

• Flipped Classroom o aula invertida.

• Aprendizaje Cooperativo.

• Gamificación.

• Aprendizaje basado en proyectos. (ABP).

• Aprendizaje basado en problemas.

• Aprendizaje basado en retos.

• Aprendizaje servicio.

• Aprendizaje por descubrimiento.

• Visual Thinking.

• Design thinking.

Dichas metodologías favorecen la adopción e integración en el aula de las nuevas tecnologías: Internet, clases online (en casos de escenarios excepcionales), herramientas TICs, etc.

Con carácter general, la metodología aplicada en este ciclo formativo debe crear situaciones de enseñanza que provoquen aprendizajes activos, colaborativos y generativos.

• **Aprendizaje activo** donde el alumno participa realizando las actividades de enseñanza-aprendizaje programadas, aportando sus opiniones y participando tanto en el proceso como en su evaluación, logrando con ello aprendizajes útiles, aplicables.

• **Aprendizaje cooperativo** donde el alumno aprende a trabajar en grupo, responsabilizándose de forma individual y colectiva del resultado del aprendizaje, creando una colaboración positiva entre los miembros del grupo.

• **Aprendizaje generativo** donde el alumno a través de la indagación y descubrimiento, utilizando las actividades de enseñanza-aprendizaje, avanza en su aprendizaje y aplicación de sus conocimientos.

Esta metodología, aplicada en actividades útiles y motivadoras, persigue:

- **Mantener al alumno en actividad constante**, para ello toda explicación teórica lleva asociada una aplicación práctica (esquema, resumen, representación en el aula, role-play, actividades de comprobación, actividades de aplicación, actividades de ampliación y, de refuerzo etc,)
- **Utilizar actividades que generen aprendizajes significativos (**reales, aplicables**,** …) para mantener al alumno motivado y facilitar su aprendizaje.

En determinados momentos del proceso de enseñanza- aprendizaje se utilizará, cuando se considere necesario, el método tradicional de enseñanza por parte del/la docente.

2.4.2. AGRUPAMIENTOS.

Relación de agrupamientos que se utilizarán a lo largo de las diferentes unidades de trabajo, ajustándose a las distintas actividades que la conforman, ritmos de aprendizaje del alumnado, etc., teniendo en cuenta lo que se pretenda:

- Grupos homogéneos: el grupo se forma en un momento dado a partir de intereses y características comunes de sus miembros para afrontar una situación, problema o demanda. Se utilizará en determinadas situaciones.

- Grupos heterogéneos: el grupo se forma en un momento dado con personas que tienen perfiles, características e intereses distintos para afrontar una situación, problema o demanda. Será el de uso más generalizado en el desarrollo del módulo.

- Grupos de expertos/as: el grupo se forma con miembros que tienen un grado general de dominio sobre temas o cuestiones concretas para profundizar más.

- Gran grupo: El grupo-aula completo.

- Equipos móviles o flexibles: se configuran grupos en los que los miembros van variando para responder a necesidades de individuos concretos.

- Trabajo individual: el individuo afronta las situaciones-problema sin ayuda de otro.

- Grupos interactivos: intervienen otras personas (expertos, profesionales de otras ramas, no docentes) que con sus experiencias y conocimientos contribuyen a los

aprendizajes y mejora del clima escolar. Si nos encontramos ante un escenario presencial, se realizarán distintos tipos de agrupamiento a lo largo del proceso de enseñanza-aprendizaje, que se irán ajustando a las distintas actividades y ritmos de aprendizaje del alumnado.

Con respecto a la **distribución del aula**, se deben tener en cuenta lo que se pretenda con las diferentes metodologías (activa-participativa o tradicional) y actividades a desarrollar aplicando dichas metodologías.

El desarrollo de la capacidad para trabajar en equipo, por medio de actividades de aprendizaje realizadas en grupo, de forma que cuando en el ámbito profesional se integren en equipos de trabajo puedan mantener relaciones fluidas con sus miembros, colaborando en la consecución de los objetivos asignados al grupo, respetando el trabajo de los demás, participando activamente en la organización y desarrollo de tareas colectivas, cooperando en la superación de las dificultades que se presenten con una actitud tolerante hacia las ideas de los compañeros, y respetando las normas y métodos establecidos.

En momentos determinados del proceso de enseñanza – aprendizaje, siempre que se considere conveniente por parte del/la docente, se usarán otros tipos de agrupamientos, si con ello se considera que se pueden desarrollar actitudes y aprendizajes que el alumnado necesita trabajar y, se consideran importantes para implementar y completar el trabajo en equipo, el cual será predominante dado el fin último del ciclo de realizar la Formación en centro de trabajo (FMN) y, su, posterior, ingreso en el entorno laboral del alumnado.

2.4.3. ESPACIOS.

Los espacios y equipamientos que deben reunir los centros de formación profesional, para permitir el desarrollo de las actividades de enseñanza, son los establecidos en el Real Decreto 1573/2011 de 4 de noviembre/, así como la normativa sobre igualdad de oportunidades, diseño para todos y accesibilidad universal, prevención de riesgos laborales y seguridad y salud en el puesto de trabajo.

El espacio a utilizar en la impartición del módulo de marketing digital será el aula 30 y, el aula- taller. En cuanto a los apoyos, recursos tecnológicos y didácticos que vamos a emplear en este módulo de Marketing digital, siempre atendiendo a las necesidades de las unidades de trabajo ante las que nos encontremos, serán las siguientes:

- **Recursos tecnológicos y materiales.**

- Proyector.

- Pizarra Digital.

- Pizarra.

- Cámara Web Cam para las clases en streaming (cuando se contemple algún escenario excepcional y para charlas de ponentes)

- Micrófono

- Auriculares.

- Guillotina y encuadernadora.

- Mínimo de 20 ordenadores Pentium con una capacidad mínima de 783GB con conexión a internet para el alumnado.

- Armario con 10 portátiles. (Aula 30)

- Ordenador Pentium con características similares o superiores a los anteriores para el profesorado integrado en la red y con conexión a internet.

- Programas informáticos libres.

- Impresora toner en red.

- Armario para guardar el material necesario.

- Diferentes materiales del almacén del aula - taller

- Grabadoras de CD.

- Taladradora.

- Varias grapadoras.

- Archivadores.

- Rotuladores.

- Folios.

- Pendrive.

- Otros materiales que se puedan necesitar (cartulinas, ceras, lápices y distintos tipos de materiales fungibles)

- Material bibliográfico, revistas, prensa, videos etc.

- **Recursos Didácticos.**

- Libros de Marketing Digital de la editorial Paraninfo y Editex
- Materiales elaborados por el/la docente
- Otros libros y materiales del Departamento de Comercio y Marketing.
- G-Suite.

2.4.4. USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA COMUNICACIÓN Y LA INFORMACIÓN (TICs).

Debemos tener en cuenta que el sistema educativo está íntimamente relacionado con la realidad social y ambas se encuentran en un proceso de cambio continuo, por lo que se hace necesario implantar en nuestro sistema de enseñanza-aprendizaje el uso diligente de medios informáticos y audiovisuales. Por tanto, se utilizarán las TIC's como herramienta

indispensable en el aula, haciendo que, en la mayoría de las ocasiones los contenidos que se van a impartir sean mucho más accesibles y atractivos que si se presentan únicamente en formato tradicional. Gracias a este tipo de herramientas los estudiantes adquirirán las estrategias necesarias para aprender a enfrentarse a una sociedad en la que, indiscutiblemente, las nuevas tecnologías están teniendo una mayor relevancia. Para el desarrollo de las clases lectivas independientemente de la modalidad y/o escenario ante el que nos encontremos vamos a emplear la plataforma Workspace 3.0 (antes G-Suite) y, utilizar las herramientas de las que dispone la misma como el Aula virtual Google Classroom, Google Meet (para las videoconferencias) y, otras herramientas de la plataforma desarrolladas anteriormente. Sin embargo, para el desarrollo de actividades se emplearán distintas aplicaciones informáticas tales como: kahoot, genially, mentimeter, survey monkey, viva video, plickers, tricider, youtube, canva, paint, bookcreator, gimp,, wordpress, wix inkscape, sketchup, etc. Es decir, se utilizarán diferentes aplicaciones informáticas de diseño, gestión, gamificación, cuestionarios, formularios y encuestas etc y, otras que el/la docente considere adecuadas y pertinentes para desarrollar los contenidos del módulo.

Para el logro de los objetivos previstos se propondrán actividades y tareas que induzcan a la investigación, a la búsqueda y manejo de la información mediante el uso de las TIC y otro material de referencia, a la toma de decisiones, a obtener conclusiones/resultados, así como a su posterior valoración crítica, a fin de que se desarrolle la capacidad de comprensión e interpretación de la información utilizada.

Se fomentará la utilización de las TIC desde una perspectiva crítica, valorando sus potencialidades y reconociendo sus limitaciones en el ámbito comercial y personal.

El docente actúa como el dinamizador del grupo clase y del proceso de enseñanza, aprendizaje y evaluación. Sin olvidarnos del desarrollo metodológico clásico, cuando sea preciso, que supone la breve exposición de los objetivos y contenidos clave del tema, empleando medios audiovisuales y partiendo de los saberes previos de los alumnos y las alumnas. Estos conocimientos previos, obviamente, pueden dar lugar a la modificación de la programación para ajustarla a las necesidades del grupo-clase y a su ritmo de aprendizaje de los contenidos previstos. El docente actúa como el dinamizador del grupo clase y del proceso de enseñanza, aprendizaje y evaluación.

2.5. ESTRATEGIAS PARA DESARROLLAR LA EDUCACIÓN EN VALORES Y LA INTERDISCIPLINARIEDAD.

Estrategias para desarrollar la educación en valores.

La normativa educativa recoge la transversalidad y dicta: El proyecto educativo del centro recoge los valores, los fines y las prioridades de actuación, incorporará la concreción de los currículos establecidos por la Administración educativa, que corresponde fijar y aprobar al Claustro, e impulsará y desarrollará las principios, objetivos y metodología propios de un aprendizaje competencial orientado al ejercicio de una ciudadanía activa. Asimismo, incluirá un tratamiento transversal de la educación en valores, del desarrollo sostenible, de la igualdad entre mujeres y hombres, de la igualdad de trato y no discriminación y de la prevención de la violencia contra las niñas y las mujeres, del acoso y del ciberacoso escolar, así como la cultura de paz y los derechos humanos.

Desde el punto de vista de la educación en valores, la normativa establece que la formación profesional no solo comprende las acciones formativas que capacitan para el desempeño de las diversas profesiones y el acceso al empleo, sino que también contribuyen a la participación activa en la vida social y cultural además de la económica. Dispone que la formación profesional, en el sistema educativo tiene por finalidad preparar a los alumnos y las alumnas para la actividad en un campo profesional y facilitar su adaptación a las modificaciones laborales que pueden producirse a lo largo de su vida, así como contribuir a su desarrollo personal y al ejercicio de una ciudadanía democrática.

Competencias y contenidos de carácter transversal.

Todos los ciclos formativos de Formación Profesional Básica incluirán de forma transversal en el conjunto de módulos profesionales del ciclo los aspectos relativos al trabajo en equipo, a la prevención de riesgos laborales, al emprendimiento, a la actividad empresarial y a la orientación laboral de los alumnos y las alumnas, que tendrán como referente para su concreción las materias de la educación básica y las exigencias del perfil profesional del título y las de la realidad productiva y, por tanto, así se hará en el presente módulo de operaciones auxiliares de almacenaje

Además, se incluirán aspectos relativos a las competencias y los conocimientos relacionados con el respeto al medio ambiente y, de acuerdo con las recomendaciones de los organismos internacionales y lo establecido en la Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, con la promoción de la actividad física y la dieta saludable, acorde con la actividad que se desarrolle.

Podrán ser objeto de tratamiento aquellos valores transversales que se establezcan por parte de la Comisión de Coordinación Pedagógica a partir del Proyecto Educativo de Centro y con aprobación del Claustro. Concretamente:

- Sin perjuicio de su tratamiento específico en algunas de las asignaturas/módulos de cada etapa, se trabajarán la comprensión lectora, la expresión oral y escrita, la comunicación audiovisual, las Tecnologías de la información y la comunicación (TIC¨s), el emprendimiento y la educación cívica y constitucional.

- Se fomentará la calidad, equidad e inclusión educativa de las personas con discapacidad, la igualdad de oportunidades y no discriminación por razón de discapacidad, medidas de flexibilización y alternativas metodológicas, adaptaciones curriculares, accesibilidad universal, diseño para toso, atención a la diversidad y todas aquellas medidas que sean necesarias para conseguir que el alumnado con la discapacidad pueda acceder a una educación educativa de calidad en igualdad de condiciones.

- Se fomentará la igualdad efectiva entre hombres y mujeres y la prevención de la violencia de género, y de los valores inherentes al principio de igualdad de trato y no discriminación por cualquier condición o circunstancia personal o social.

- Se fomentará el aprendizaje de la prevención y la resolución pacífica de conflictos en todos los ámbitos de la vida personal, familiar y social, así como de los valores que sustentan la libertad, la justicia, la igualdad, el pluralismo político, la paz, la

democracia, el respeto a los derechos humanos y el rechazo a la violencia terrorista.

- Se incorporarán elementos curriculares orientados al desarrollo y afianzamiento del espíritu emprendedor y se fomentarán las medidas para que el alumnado participe en actividades que le permitan afianzar el espíritu emprendedor y la iniciativa empresarial a partir de aptitudes como la creatividad, la autonomía, la iniciativa, el trabajo en equipo, la confianza en uno mismo y el sentido crítico.

- Se adoptarán medidas para que la actividad física y la dieta equilibrada formen parte de la práctica diaria de los alumnos y alumnas, en los términos y condiciones que, siguiendo las recomendaciones de los organismos competentes, garanticen un desarrollo adecuado para favorecer una vida activa, saludable y autónoma.

- En el ámbito de la educación y la seguridad vial, se incorporarán elementos curriculares y se promoverán acciones para la mejora de la convivencia y la prevención de los accidentes de tráfico, con el fin de que el alumnado conozca sus derechos y deberes como usuario de las vías, en calidad de peatón, viajero y conductor de bicicletas, respete las normas y señales, y se favorezca la convivencia, la tolerancia, la prudencia, el auto control, el diálogo y la empatía con actuaciones adecuadas tendentes a evitar los accidentes de tráfico y sus secuelas.

No obstante, son objeto de tratamiento transversal al conjunto de unidades didácticas, las capacidades actitudinales de carácter profesional establecidas en el Ciclo que se tratarán de manera especial.

- Aceptar la necesidad del auto aprendizaje constante y de la formación continua como instrumentos que facilitan la adaptación a las innovaciones tecnológicas y organizativas, la conservación del empleo y la reinserción profesional.

- Valorar el trabajo riguroso y bien hecho, al planificar, organizar y desarrollar las actividades propias, demostrando iniciativa, creatividad y sentido de la responsabilidad manteniendo el interés durante todo el proceso, y sintiendo satisfacción personal por los resultados conseguidos.
- Valorar la necesaria participación personal en la aplicación de la gestión y control de la calidad como factor que facilita el logro de mejores resultados y una mayor satisfacción de los consumidores

En todo momento potenciaremos en los alumnos actividades de respeto a las medidas de prevención de riesgos y respecto al medio ambiente, mediante la observación y refuerzo de buenas prácticas, con aplicación de estas a las actividades que se realicen. Asimismo, se promoverá el uso adecuado de las instalaciones y equipos disponibles, tomando conciencia de la importancia del cuidado de estos. Con el trabajo en grupo propiciamos que los alumnos reconozcan las dificultades y ventajas de la cooperación, además del fomento del respeto a las diferencias individuales y la superación de problemas de aprendizaje, relaciones… mediante la cooperación mutua.

La interdisciplinariedad.

•Otros módulos impartidos en el 1º curso de Gestión de Ventas y Espacios Comerciales.

2.6. ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD.

La diversidad constituye una realidad en los centros educativos que ha de ser atendida por todo el profesorado. La atención a la diversidad pretende, mediante la aplicación de diferentes medidas en el centro y en el aula, eliminar las barreras al aprendizaje, armonizando la respuesta a las necesidades educativas del alumnado, con la consecución de los objetivos de cada una de las etapas educativas. La adecuada respuesta educativa a todo el alumnado se concibe a partir del principio de inclusión, entendiendo que únicamente de ese modo se garantiza su desarrollo, se favorece la equidad y se contribuye a una mayor cohesión social. La atención a la diversidad es una necesidad que abarca a todas las etapas educativas y a todo el alumnado. Es decir, se trata de contemplar la diversidad del alumnado como principio y no como una disposición que corresponde a las necesidades de un grupo reducido de alumnado. De este modo, las medidas y acciones para la atención a las **Necesidades Específicas de Apoyo Educativo** deben ajustarse, entre otros, a los principios de normalización de servicios, de flexibilidad en la respuesta educativa, de prevención en las actuaciones desde edades más tempranas y de atención personalizada. En el ámbito autonómico los desarrollos normativos que regulan la ordenación y el currículo de las distintas etapas educativas, reconocen la atención a la diversidad como uno de los principios fundamentales en la intervención educativa.

El alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo es aquel que requiere una atención educativa diferente a la ordinaria

El plan de atención a la diversidad.

El plan de atención a la diversidad es el documento que contiene las medidas de intervención desarrolladas por los centros educativos, incluidas las previstas en la Orden de 7 de junio de 2007, y deberá formar parte del proyecto educativo del centro.

Este documento se actualizará anualmente para incorporar nuevas medidas de atención a la diversidad o modificar las existentes. En todo caso, la actualización deberá incluir las programaciones de todas las medidas que se planteen, así como la documentación relacionada en la resolución que dicte al efecto la Dirección General de Ordenación e Innovación Educativa.

La orden que regula las medidas de atención a la diversidad es la Orden de 7 de junio de 2007, por la que se regulan las medidas de atención a la diversidad en la enseñanza básica en la Comunidad Autónoma de Canarias, (BOC n.º 124, de 21 de junio de 2007).

Las adaptaciones curriculares para alumnado de Formación Profesional están recogidas en la Orden de 13 de diciembre de 2010, por la que se regula la atención al alumnado con necesidades de apoyo educativo en la Comunidad Autónoma de Canarias.

Según la norma anterior, en la Formación Profesional Específica, las adaptaciones no supondrán la desaparición de objetivos relacionados con las competencias profesionales necesarias para el logro de la competencia general a que se hace referencia en cada uno de los títulos, a tenor del artículo 20 del Decreto 19/1996 de 20 de junio por el que se establece la Ordenación General de las Enseñanzas de Formación Profesional Específica en la Comunidad Autónoma de Canarias.

Medidas generales de atención a la diversidad.

Se consideran medidas generales de atención a la diversidad las diferentes actuaciones de carácter ordinario que, definidas por el centro en su proyecto educativo, se orientan a la promoción del aprendizaje y del éxito escolar de todo el alumnado, así como las medidas a nivel de aula y de alumno que se pueden adoptar.

- **Medidas generales u ordinarias a nivel de aula.**

- Organización flexible de espacios, tiempos y recursos.
- Adecuación de programaciones didácticas.
- Metodologías que promuevan la inclusión.
- Diversificación de los procedimientos e instrumentos de evaluación.
- Actividades de refuerzo educativo.
- Actividades de profundización o ampliación.

- **Medidas generales a nivel de alumno.**

- Plan específico personalizado para el alumnado que no promociona de curso (alumnado repetidor).
- Programa de refuerzo para la recuperación de aprendizajes no adquiridos.

El Diseño Universal y la atención a la diversidad.

El Diseño Universal y la atención a la diversidad van indisolublemente unidos.
El Diseño Universal proporciona una clave determinante para responder a la diversidad – derivada de las diferentes capacidades, preferencias para el aprendizaje, intereses, y motivaciones, culturas, lenguas, nivel socioeconómico, identidades sexuales o estructuras familiares- presentes en los contextos educativos. Y, el Diseñó Universal del Aprendizaje (DUA) da un marco para atender a la diversidad desde una visión inclusiva.

2.7. EVALUACIÓN.

A) CONCEPTO.

La evaluación es un componente básico en el proceso de enseñanza-aprendizaje. Es un conjunto de actividades programadas que facilita la recogida de información sobre la que profesorado y alumnado reflexionan y toman decisiones para mejorar las estrategias de enseñanza. En la formación profesional, el objetivo de la evaluación del proceso de aprendizaje del alumnado es conocer si ha alcanzado para cada módulo, los objetivos

expresados en resultados de aprendizaje y los criterios de evaluación de los que están compuestos, así como los objetivos generales y competencias profesionales, personales y sociales, con la finalidad de valorar si dispones de la competencia profesional que acredita el Título.

La Formación Profesional en el sistema educativo contribuirá a que el alumnado consiga los resultados de aprendizaje que le permitan:

a) Desarrollar las competencias propias de cada título de formación profesional.

b) Comprender la organización y las características del sector productivo correspondiente, así como los mecanismos de inserción profesional.

c) Conocer la legislación laboral y los derechos y obligaciones que se derivan de las relaciones laborales.

d) Aprender por sí mismos y trabajar en equipo, así como formarse en la prevención de conflictos y en la resolución pacífica de los mismos en todos los ámbitos de la vida personal, familiar y social, con especial atención a la prevención de la violencia de género.

e) Fomentar la igualdad efectiva de oportunidades entre hombres y mujeres, así como de las personas con discapacidad, para acceder a una formación que permita todo tipo de opciones profesionales y el ejercicio de las mismas.

f) Trabajar en condiciones de seguridad y salud, así como prevenir los posibles riesgos derivados del trabajo.

g) Desarrollar una identidad profesional motivadora de futuros aprendizajes y adaptaciones a la evolución de los procesos productivos y al cambio social.

h) Afianzar el espíritu emprendedor para el desempeño de actividades e iniciativas empresariales.

i) Preparar al alumnado para su progresión en el sistema educativo.

j) Conocer y prevenir los riesgos medioambientales.

B) TIPOS DE EVALUACIÓN.

En líneas generales, distinguimos los siguientes tipos, los cuales se aplicarán según el momento del proceso de enseñanza aprendizaje:

• **Evaluación inicial**: Se realiza al inicio de cada una de las fases de aprendizaje unidades de trabajo con la finalidad de obtener información sobre los conocimientos previos de los alumnos para decidir el nivel en el que hay que desarrollar los contenidos.

• **Evaluación formativa:** Se realiza durante el desarrollo de todo el proceso de enseñanza-aprendizaje. Es una actividad sistemática y continua que tiene como objetivo que nos proporcione la información necesaria sobre todo el proceso educativo del alumno, para reajustar sus objetivos, los métodos, los recursos, los programas. Tiene una función de diagnóstico en las fases iniciales y de orientación a lo largo de todo el proceso. Es un proceso de retroalimentación del proceso desarrollado por el profesorado que mejora el desarrollo individual o grupal del alumnado.

• **Evaluación continua**: Para observar todo el proceso de enseñanza aprendizaje del alumnado, y no centrarnos solo en la relación "evaluación = examen", sino tener presente otros aspectos de interés para la mejora del proceso educativo. Si bien es cierto que, debemos matizar que cada vez que haya que registrarse la calificación de cada trimestre, se hará una valoración global de todas las unidades impartidas hasta final de cada trimestre, debiendo haber superado todas las unidades de trabajo y, por tanto, alcanzado los resultados de aprendizaje. En caso contrario, es decir, si hubiera alguna unidad de trabajo no superada, se le calificará con un 4 hasta que supere la unidad suspendida.

• **Evaluación criterial:** Realizada a lo largo de todo el proceso de enseñanza- aprendizaje dónde se compara el progreso del alumnado en relación con los resultados de aprendizajes y sus correspondientes criterios de evaluación, programando diferentes tareas que ayudan a su consecución.

• **Evaluación final**: Se realiza al finalizar todo el proceso de enseñanza aprendizaje y el objetivo es conocer si el alumnado ha conseguido los resultados programados.

Según el agente de la evaluación puede haber distintas clases de evaluación:

HETEROEVALUACIÓN: Proceso de evaluación que realiza el o la docente respecto de los logros, procesos, conductas y rendimiento del alumnado y también que el alumno hace respecto de la práctica docente.

COEVALUACIÓN: Proceso de evaluación de un alumno o alumna a través de sus iguales y ofrece feedback.

AUTOEVALUACIÓN: Proceso de evaluación que desarrolla la reflexión individual y la capacidad del alumnado para identificar y valorar sus logros, fortalezas y limitaciones, funcionando asimismo como factor motivador del aprendizaje. Cada alumno evalúa su trabajo.

Y, también nos referimos a la evaluación del propio proceso de enseñanza aprendizaje como docentes, es decir:

Podemos diferencias dos tipos de autoevaluación del proceso de enseñanza- aprendizaje:

1. Autoevaluación de la práctica docente: en la cual, como docentes, evaluaremos nuestra práctica considerando aspectos como el grado de consecución de los objetivos propuestos, la adecuación de los contenidos a los objetivos o a la efectividad de la metodología propuesta**.**

2. Autoevaluación del alumnado de su proceso de aprendizaje. Durante el curso el alumno podrá valorar su propio proceso de aprendizaje.

Para la heteroevaluación, coevaluación y autoevaluación se utilizarán distintas técnicas con sus herramientas e instrumentos que se relacionan con detalle posteriormente. Para la autoevaluación, coevaluación y heteroevaluación se podrán utilizar aplicaciones informáticas como Survey Monkey, Mentimeter , Google form etc…

C) CARACTERÍSTICAS DE LA EVALUACIÓN.

Así pues, esta programación se construye con la perspectiva de que la evaluación tendrá las siguientes características:

- Continua, el alumnado tiene que asistir regularmente a clase y participar en las actividades del módulo para ser evaluado.
- Integradora, en el sentido de que integra la teoría con la práctica.
- Personalizada, ya que permite conocer la evolución del proceso de enseñanza-aprendizaje a cada alumno/a en cada momento.
- Compartida, ya que se requiere la participación activa del alumnado tanto durante el proceso como en la valoración del resultado de trabajo propio, de forma tal que se haga consciente lo que le separa, en su caso, de los objetivos propuestos. Para ello el alumno participará activamente en procesos de autoevaluación y coevaluación de las actividades realizadas y de la eficiencia obtenida.
- Retroalimentadora, en la medida en que proporcionará información útil para ajustar y mejorar las actividades, el diseño de esta propuesta en futuros cursos.

D) ESTRATEGIAS PARA RECOGER INFORMACIÓN SOBRE EL OBJETO DE LA EVALUACIÓN (¿Cómo vamos a evaluar?)

Para ello utilizamos diferentes técnicas como son:

• **Observación Sistemática directa o indirecta,** para la misma podemos usar las herramientas siguientes:

- Registro anecdótico.

- Registro descriptivo.

- Escalas de valoración.

- Listas de control.

- Diario de clase del profesorado.

- Rúbrica.

- Indicadores de aula.

Las mencionadas son los medios y recursos (soportes físicos) de los que se vale el profesorado para recoger, registrar y analizar evidencias de aprendizaje que facilita la respuesta a la pregunta de **¿Con qué vamos a evaluar?**

• **Encuestación:** para la cual utilizamos distintas herramientas como:

- Encuestas.

- Entrevistas.

- Formularios.

• **Anáilis de documentos, producciones y artefactos:**

Para lo cual utilizamos las siguientes herramientas:

- Rúbricas.

- Listas de cotejo.

- Escalas de valoración

En última instancia tendremos que responder a la pregunta **¿Qué vamos a evaluar?** vamos a evaluar los productos que son todo aquello que el alumnado realiza a lo largo del proceso de aprendizaje. Tienen un carácter competencial y son funcionales porque hacen observable lo aprendido y, lo hacemos con los Instrumentos de Evaluación.

INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

Son aquellos productos que se seleccionan para hacer evidente la adquisición de los aprendizajes descritos en los criterios de evaluación y el de sus respectivas competencias.

Los cuales pueden ser:

Escritos: carta, aviso, panfleto, folleto, instrucciones, narración. cuento, relato ... informes, noticia, anuncio, artículo, esquema, crítica sobre un libro, poema, letra de canción, guión, cuestionario, prueba escrita.

Presentados: ponencia, debate, obra de teatro, canción, concierto, pieza musical, informe oral. dramatización, performance, baile, exposición o presentación de productos, presentación de diapositivas, entrevista, prueba oral.

Tecnológicos: entrada en un blog, creación de un blog, aportaciones en una wiki, mail, Doc. de texto, formularios, contenidos creados con Apps, cómic, dibujo, póster, vídeo, documental, podcasts tutorial, archivo de voz, periódico digital, programa de radio, tienda virtual páginas web, realización de fotografía y retoque de las imágenes con Gimp y el dispositivo móvil, diseño en 2D (utilizando para ello el Inskaspe), aprender a hacer figuras sencillas con el programa de diseño en 3D Skechup, y, Genially ycualquier programa informático que se necesite durante el curso para desarrollar los contenidos y, favorecer el proceso de enseñanza aprendizaje para adaptarla al entorno profesional.

Otros: gráfico, línea de tiempo, dibujo, croquis, plano, mapa, cuadro, escultura, collage, álbum de fotos, maqueta, montaje, objeto tecnológico, infografía, plan de viaje, presupuesto, todos aquellos elementos de identidad visual y corporativa que complementen un plan de marketing de empresa (briefing, realizar logos, etc…), un sitio web, un blog, una tienda virtual etc…

La técnica de la observación diaria directa e indirecta: Esta forma de evaluación se llevará a cabo por el docente cada vez que los alumnos y alumnas realicen una actividad en clase: actividades, trabajos finales, ABP, maquetas, bocetos, diseños con aplicaciones informáticas, debates, trabajos grupales cooperativos etc. Gracias a esta técnica se evaluará el progreso individual y el trabajo grupal.

Exámenes: escritos, cuestionarios, supuestos prácticos, etc. Con el fin de comprobar que el alumnado ha adquirido los resultados de aprendizaje a través de pruebas teórico-prácticas. exposición oral, disertación oral, argumentaciones orales, etc…

Indicadores de aula: acerca de la asistencia y puntualidad, respeto al profesor y, a los compañeros y compañeras, participación, sentido crítico, etc. Este apartado engloba, de forma más extensa, las siguientes actitudes socio-laborales: puntualidad, no solo cumpliendo con el horario, sino también con el cumplimiento de los plazos al realizar las tareas, responsabilidad y gusto por el trabajo bien hecho, orden y limpieza, uso de un

comportamiento asertivo y, cualquier otro tipo de indicador que nos permita evaluar su actitud y valores.

E) CRITERIOS DE CALIFICACIÓN.

La calificación será numérica de 1 a 10 y se corresponderá con un 40% si se trata de pruebas teóricas sobre el contenido de la unidad de trabajo y un 60% si se trata de supuestos, actividades prácticas, exposiciones orales, proyectos etc, que se desarrollen a lo largo del proceso de enseñanza - aprendizaje Para aprobar el alumnado tendrá que tener un cinco (5) una vez realizadas las ponderaciones anteriores y sumas de las mismas, siempre, teniendo en cuenta, que se alcancen los distintos criterios de evaluación para considerar conseguidos los resultados de aprendizaje y, por tanto, los objetivos y competencias que forman parte del título.

2.8. PLANES DE RECUPERACIÓN.

Criterios de Recuperación

El alumnado que no haya superado alguna evaluación tendrá derecho a una recuperación. para ello tendrá que entregar al profesorado, en la fecha de la realización de la prueba escrita, las actividades realizadas en cada evaluación. Dicha entrega, será condición indispensable para poder realizar la misma. La valoración del examen junto con las actividades tendrá que alcanzar una puntuación de cinco puntos (5,) en función del porcentaje de calificación según sea una prueba objetiva o actividades prácticas, para considerar recuperada la evaluación.

Alumnado con pérdida de la evaluación continua.

El alumnado con pérdida de evaluación tendrá derecho a una prueba final, junto con la realización de unas actividades de recuperación que entregará al profesorado en la fecha indicada. La recuperación del alumnado con pérdida de evaluación continua, consistirá: 1. En la realización de una prueba escrita con los contenidos básicos. 2. Realización de un conjunto de actividades y/o trabajos correspondientes, que el profesorado, considere de cada unidad de trabajo, los cuales, deberán ser entregados en la fecha de realización de la prueba escrita, dicha entrega será condición indispensable para poder realizar la misma. Si con las distintas pruebas, atendiendo al porcentaje de calificación de cada una, no se alcanza un mínimo de 5 puntos (5) se considerará el módulo como no superado.

3. SECUENCIA DE LAS UNIDADES DE TRABAJO (U.T.).

En la impartición de las distintas unidades de trabajo para desarrollar sus contenidos se comenzará con la presentación del tema, seguidamente, se desarrollarán distintos tipos de actividades, entre ellas, actividades de conocimientos previos, de conocimiento, de desarrollo, de refuerzo y ampliación y actividades finales. Una vez realizadas las actividades anteriores por parte del profesorado y del alumnado, teniendo en cuenta los objetivos propuestos, el tiempo en el que se van a realizar, aplicando la metodología adecuada (es decir, cómo se va a hacer y para qué) haciendo uso de los distintos recursos tecnológicos y digitales se procederá a la realización de la actividad de evaluación de las distintas actividades del proceso de enseñanza – aprendizaje para cuya evaluación se

utilizarán los criterios de calificación y ponderación de las actividades de evaluación, expuestos anteriormente, teniendo en cuenta que hayan conseguido los criterios de evaluación que determinen el alcance de los resultados de aprendizaje, y en definitiva, los objetivos y competencias propias del módulo y por ende del ciclo.

Las actividades, en términos generales, tendrán que estar relacionadas con el entorno del centro educativo y, con la realidad del entorno profesional, propia del título correspondiente. Para la realización de las mismas predominarán las metodologías activas, usando de forma prioritaria el trabajo en equipo, dado que el objetivo último de la formación profesional es alcanzar la inserción laboral del alumnado, utilizando la metodología tradicional e igualmente haciendo uso de otros agrupamientos en los casos que se requiera aprovechando los distintos recursos tecnológicos y didácticos según la actividad a realizar.

A) SECUENCIACIÓN DE LAS UNIDADES DE TRABAJO.

UNIDAD DE TRABAJO N.º 1: INTERNET Y LA WEB: FUNCIONAMIENTO Y ACCESO	HORAS: 18	RA1: Administra los accesos y conexiones a redes públicas, semipúblicas y privadas, utilizando navegadores y buscadores de información especializados en la red pública Internet. CE: a), b), c) d), e), f), g)

CONTENIDOS

1.1 Redes de Ordenadores: internet, extranet e intranet.
1.2 Funcionamiento de internet: conjunto de protocolos TCP/IP
- 1.2.1. Protocolos.
- 1.2.2. TCP/IP

1.3 Word Wide Web.
- 1.3.1. Funcionamiento básico de la red: modelo cliente-servidor.
- 1.3.2. Direcciones URL y protocolos HTTP y HTTPS.
- 1.3.3. HTML Y CSS.
- 1.3.4. Navegadores Web

1.4 Buscadores: búsqueda, navegación y organización.
1.5 Proveedores de acceso a internet y tipos de conexión, hospedaje y la nube.
- 1.5.1. Proveedores de acceso a internet y tipos de conexión.
- 1.5.2. Hospedaje y la nube.

Actividades de Enseñanza- Aprendizaje:

- Actividades de los libros de las editoriales Paraninfo y Editex.
- Actividades propuestas por el profesor.

Actividades de Evaluación:	Porcentaje Calificación de las Actividades de Evaluación
- Prueba teórica sobre los contenidos de la Unidad.	**40%**
- Supuestos o actividades prácticas o proyecto.	**60%**

UNIDAD DE TRABAJO N.º 2: SERVICIOS Y PROTOCOLOS DE INTERNET	HORAS: 20	RA2: Gestiona diversos servicios y protocolos de Internet, manejando programas de correo electrónico y de transferencia de archivos, entre otros. CE: a), b), c) d), e), f), g).

CONTENIDOS

2.1. Fundamentos del correo electrónico.
- 2.1.1. Servidor de correo electrónico.
- 2.1.2. Cliente de Correo electrónico.
- 2.1.3. Webmail o correo web.
- 2.1.4. Protocolos.
- 2.1.5. Terminología asociada a los correos electrónicos.

2.2. Servicio de transferencia de ficheros FTP.

2.3. Comunicación a través de internet: servicio de mensajería, voz y vídeo.
- 2.3.1. Servicios de mensajería instantánea.
- 2.3.2. Servicios de voz.
- 2.3.3. Servicios de videoconferencia.
- 2.3.4. Herramientas de comunicación en equipo.
- 2.3.5. Servicios de comunicación basados en la realidad virtual.
- 2.3.6. Redes Sociales.

2.4. Acceso a los recursos de internet.
- 2.4.1. Recursos web.
- 2.4.2. Redes P2P.
- 2.4.3. Servidores FTP.

2.5. Otros servicios y protocolos.

2.6. Detección y prevención de fraudes.
- 2.6.1. Prevención de la suplantación de identidad (phishing).
- 2.6.2. Certificados de seguridad. Protocolos HTTPS
- 2.6.3. Gestión correcta de contraseñas.
- 2.6.4. Correo basura o spam.
- 2.6.5. Otras medidas que hay que tomar.

2.7. Aspectos legales del software y de los recursos de internet.
- 2.7.1. Derechos de autor o copyright.
- 2.7.2. Copyleft.
- 2.7.3. Dominio público.
- 2.7.4. Tipos de licencia de software.

Actividades de Enseñanza- Aprendizaje:

- Actividades de los libros de las editoriales Paraninfo y Editex.
- Actividades propuestas por el profesor.

Actividades de Evaluación:	Porcentaje Calificación de las Actividades de Evaluación
- Prueba teórica sobre los contenidos de la Unidad.	**40%**
- Supuestos o actividades prácticas o proyecto.	**60%**

UNIDAD DE TRABAJO N.º 3: COMERCIO ELECTRÓNICO Y RELACIONES DIGITALES SEGURAS	HORAS: 21	RA3: Realiza la facturación electrónica y otras tareas administrativas de forma telemática, utilizando en cada caso software específico. CE: a), b), c) d), e), f), g), h), i).

CONTENIDOS

3.1. Factura electrónica y e-commerce.
- 3.1.1. E-commerce.
- 3.2.2. Factura electrónica.
- 3.3.3. Formato Facturae.

3.2. Certificado y firma electrónicos.
- 3.2.1. Certificado electrónico.
- 3.2.2. Firma electrónica.
- 3.2.3. Relación entre certificado y firma digital.

3.3. Relación digital con la Administración y las entidades privadas.
- 3.3.1. Banca electrónica.
- 3.3.2. Seguridad Social.
- 3.3.3. Agencia Tributaria.
- 3.3.4. Administración Autonómica.
- 3.3.5. Administraciones locales.
- 3.5.6. Otras entidades públicas.

3.4. Formatos Digitales.
- 3.4.1. PDF.
- 3.4.2. CSV.
- 3.4.3. Texto plano o TXT.
- 3.4.4. ODF.
- 3.4.5. Microsoft Office.
- 3.4.6. XML.
- 3.4.7. JSON.
- 3.4.8. Imágenes.
- 3.4.9. Audio y Vídeo.
- 3.4.10. Formatos de comprensión de datos.

3.5. Servicios de la Web. 3.5.1. Administraciones Públicas. 3.5.2. Empleo. 3.5.3. Inmobiliarias. 3.5.4. Compras y ventas. 3.5.5. Servicios de mensajerías. 3.5.6. Pasarelas de pago. 3.6. Seguridad microinformática y web. 3.6.1. Hackers, hacking ético y Deep web. 3.6.2. Virus, gusanos y troyanos. 3.6.3. Spam. 3.6.4. Adware y spyware. 3.6.5. Phishing. 3.6.6. Antivirus. 3.6.7. Cortafuegos. 3.6.8. Cookies y navegación de incógnito.	
Actividades de Enseñanza- Aprendizaje:	
- Actividades de los libros de las editoriales Paraninfo y Editex. - Actividades propuestas por el profesor.	
Actividades de Evaluación:	**Porcentaje Calificación de las Actividades de Evaluación**
- Prueba teórica sobre los contenidos de la Unidad.	**40%**
- Supuestos o actividades prácticas o proyecto.	**60%**

UNIDAD DE TRABAJO Nº 4: RELACIONES COMERCIALES A TRAVÉS DE INTERNET Y DE LA WEB	HORAS: 10	RA4: Determina la estrategia que se ha de seguir en las interrelaciones con otros usuarios de la red, utilizando programas específicos, foros de comunicación y redes sociales de ámbito empresarial. CE: a), b),c) d), e), f), g)

CONTENIDOS

4.1. Redes Sociales.
- 4.1.1 Facebook.
- 4.1.2. Instagram.
- 4.1.3. Twitter.
- 4.1.4. TikTok.
- 4.1.5. Linkedln.

4.2. Herramientas de comunicación individuales.
4.3. Herramientas de comunicación en grupo.
4.4. Portales multimedia.
4.5. Aplicaciones para dispositivos móviles.
4.6. Blogs, foros y servicios de distribución de contenidos.
- 4.6.1. Blogs.
- 4.6.2. Foros.
- 4.6.3. Streaming.
- 4.6.4. Podcast.
- 4.6.5. Servicios de distribución de contenidos.

Actividades de Enseñanza- Aprendizaje:

- Actividades de los libros de las editoriales Paraninfo y Editex.
- Actividades propuestas por el profesor.

Actividades de Evaluación:	Porcentaje Calificación de las Actividades de Evaluación
- Prueba teórica sobre los contenidos de la Unidad.	**40%**
- Supuestos o actividades prácticas o proyecto.	**60%**

UNIDAD DE TRABAJO N.º 5 CREACIÓN DE PÁGINAS WEB	HORAS: 10	RA5: Construye páginas web atractivas para los usuarios de Internet, utilizando criterios de posicionamiento, fácil manejo y persuasión CE: a), b), c) d), e), f), g)

CONTENIDOS

5.1 Creación de páginas web: conceptos básicos.
5.1.1. Portal web.
5.1.2. Estructura del sitio web: mapa del sitio web, migas de pan y páginas home y landing.
5.1.3. HTML.
5.1.4. CSS.
5.1.5. Diseño adaptativo (responsive web design).
5.1.6. Webs dinámicas: lenguajes de programación.
5.1.7. CMS.
5.1.8. Herramientas web para la creación de páginas.
5.2. Nombres de dominio y alojamiento de páginas web,
5.2.1. Nombres de dominio y registro.
5.2.2. Alojamiento de páginas web.
5.3. Posicionamiento en buscadores: SEO.
5.4. Accesibilidad y usabilidad.
5.5. Comercio online.

Actividades de Enseñanza- Aprendizaje:

- Actividades de los libros de las editoriales Paraninfo y Editex
- Actividades propuestas por el profesor.

Actividades de Evaluación:	Porcentaje Calificación de las Actividades de Evaluación
- Prueba teórica sobre los contenidos de la Unidad.	**40%**
- Supuestos o actividades prácticas o proyecto.	**60%**

UNIDAD DE TRABAJO N.º 6: DISEÑO DEL PLAN DE MARKETING DIGITAL	HORAS: 37	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. CE: a), b), c), d), e), f), g), h).

CONTENIDOS

6.1 Desarrollo del plan de marketing digital.
6.2. Análisis y diagnóstico de la situación actual centrada en el contexto tecnológico.
    6.2.1. ¿A quién debe dirigirse el plan de marketing?
6.3. Establecimiento de objetivos.
6.4. Herramientas de marketing digital.
    6.4.1. Web corporativa.
    6.4.2. Tienda virtual.
    6.4.3. Microsite.
    6.4.4. Blog.
    6.4.5. Landing Page.
6.5. Diseño de estrategias. Outbound marketing.
6.6. Diseño de estrategias. Inbound marketing.
    6.6.1. Metodologías de inbound marketing.
6.7. Control y medición de resultados de las acciones de marketing.

Actividades de Enseñanza- Aprendizaje:

- Actividades de los libros de las editoriales Paraninfo y Editex
- Actividades propuestas por el profesor.

Actividades de Evaluación:	Porcentaje Calificación de las Actividades de Evaluación
- Prueba teórica sobre los contenidos de la unidad.	**40%**
- Supuestos o actividades prácticas o proyecto.	**60%**

UNIDAD DE TRABAJO N.º 7: ESTRATEGIAS DEL MARKETING DIGITAL	HORAS: 12	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. CE: a), b), c), d) e), f) g), h), i).

CONTENIDOS

7.1. Comportamiento del cliente online.
- 7.1.1. Actitud del consumidor online.
- 7.1.2. Proceso de toma de decisión de compra.

7.2. Herramientas de posicionamiento en buscadores: SEM y SEO.
- 7.2.1. Posicionamiento SEO. Snippets.
- 7.2.2. Posicionamiento SEM.

7.3. Tipología del marketing digital.
- 7.3.1. Marketing de Afiliación.
- 7.3.2. Marketing relacional y gestión de la relación con los clientes, (CRM)
- 7.3.3. Cross marketing.
- 7.3.4. Marketing viral.
- 7.3.5. Marketing one-to-one.
- 7.3.6. Marketing visual.

7.4. Nuevas tendencias en comunicación y relación con el cliente.
- 7.4.1. Explotación del sentimiento de curiosidad.
- 7.4.2. Explotación del sentimiento de autoestima.
- 7.4.3. Actitudes y motivaciones en el uso de Instagram, TikTok, reels y recursos análogos.

7.5. Influencers. Definición y uso en la estrategia de marketing.

Actividades de Enseñanza- Aprendizaje

- Actividades de los libros de Editex y Paraninfo.
- Actividades propuestas por el profesor.

Actividades de Evaluación:	**Porcentaje Calificación de las Actividades de Evaluación**
- Prueba teórica sobre los contenidos de la Unidad.	**40%**
- Supuestos o actividades prácticas o proyecto.	**60%**

UNIDAD DE TRABAJO N.º 8: DEFINICIÓN DE LA POLÍTICA DE COMERCIO ELECTRÓNICO DE UNA EMPRESA.	HORAS: 32	RA1, RA2, RA3, RA4, RA5, RA6, R7. RA7: Define la política de comercio electrónico de la empresa, estableciendo las acciones necesarias para efectuar ventas on-line. CE:

CONTENIDOS

8.1. Idea y diseño de una tienda virtual.
- 8.1.1. Ventajas competitivas de la TV:
- 8.1.2. Limitaciones del comercio electrónico.
- 8.1.3. Diseño de la tienda virtual.

8.2. Modelos de negocio digital.
- 8.2.1. Modelo B2B (business to business).
- 8.2.2. Modelo C2C (consumer to consumer).
- 8.2.3. Modelo B2C (business to consumer).

8.3. Selección y registro de un dominio.
8.4. Escaparate web y catálogo electrónico.
8.5. Aspectos jurídicos del comercio electrónico.
8.6. La reclamación como instrumento de fidelización del cliente.
8.7. Medios de pago electrónico.
8.8. Negocios electrónicos: e-procurement, e-marketplace, e auction, etcétera
8.9. Parques empresariales virtuales

Actividades de Enseñanza- Aprendizaje:

- Actividades de los libros de las editoriales Paraninfo y Editex.
- Actividades propuestas por el profesor.

Actividades de Evaluación:	Porcentaje Calificación de las Actividades de Evaluación
- Prueba teórica sobre los contenidos de la Unidad.	**40%**
- Supuestos o actividades prácticas o proyecto.	**60%**

Relación de cada UT con los Resultados de aprendizaje del Módulo Profesional de Marketing Digital:

	RA1	RA2	RA3	RA4	RA5	RA6	RA7
UT 1	X						
UT 2		X					
UT 3			X				
UT 4				X			
UT 5					X		
UT 6						X	
UT 7							X
UT.8	X	X	X	X	X	X	X

Temporalización de las unidades de trabajo.

N.º U. T.	DENOMINACIÓN	EVALUACIÓN	HORAS
U.T. 1	Internet y la web: Funcionamiento y acceso	1º	18
U.T. 2	Servicios y protocolos de internet.	1º	20
U.T. 3	Comercio electrónico y relaciones digitales seguras	1º	21
U.T. 4	Relaciones comerciales a través de internet y de la Web.	2º	10
U.T. 5	Creación de páginas web.	2º	10
U.T. 6	Diseño del Plan de Marketing Digital	2º	37
U.T. 7	Estrategias del Marketing Digital.	3º	12
U.T. 8	Definición de la política de comercio electrónico de una empresa	3º	32
	TOTAL		160