

**1. Identificación da programación**
**Centro educativo**

Código	Centro	Concello	Ano académico
36011579	A Guía	Vigo	2024/2025

**Ciclo formativo**

Código da familia profesional	Familia profesional	Código do ciclo formativo	Ciclo formativo	Grao	Réxime
COM	Comercio e márketing	CSCOM03	Xestión de vendas e espazos comerciais	Ciclos formativos de grao superior	Réxime de adultos

**Módulo profesional e unidades formativas de menor duración (\*)**

Código MP/UF	Nome	Curso	Sesións semanais	Horas anuais	Sesións anuais
MP0931	Márketing dixital	2024/2025	9	187	224
MP0931_13	Comunicación dixital	2024/2025	9	57	68
MP0931_23	A rede social e o plan de márketing dixital	2024/2025	9	70	84
MP0931_33	Administración e política comercial no comercio dixital	2024/2025	9	60	72

(\*) No caso de que o módulo profesional estea organizado en unidades formativas de menor duración

**Profesorado responsable**

Profesorado asignado ao módulo	CARLOS JIMÉNEZ QUINTAS
Outro profesorado	

Estado: Pendente de supervisión inspector

## 2. Concreción do currículo en relación coa súa adecuación ás características do ámbito produtivo

No noso Centro, IES A Guía, aínda que se ven impartindo Formación Profesional na rama de Comercio e Márketing, é a primeira vez que se oferta o Ciclo de Márketing e Publicidade así que non existen datos reais sobre a demanda de titulados por parte das empresas da nosa contorna nesta especialidade.

O desenvolvemento curricular deste Módulo vaise aplicar no IES A Guía que cumpre as condicións establecidas nos RD do Título e do Currículo canto a espazos, instalacións, número de alumnos por grupo, etc.

O perfil profesional do título de Técnico Superior en Márketing e Publicidade queda determinado pola súa competencia xeral, as súas competencias profesionais, persoais e sociais, e pola relación de cualificacións e, no seu caso, unidades de competencia do Catálogo Nacional de Cualificacións Profesionais incluídas no título.

A competencia xeral do título de técnico superior en Márketing e Publicidade consiste en definir e efectuar o seguimento das políticas de márketing baseadas en estudos comerciais, e en promocionar e publicitar os produtos e/ou servizos nos medios e nos soportes de comunicación axeitados, elaborando os materiais publipromocionais necesarios.

As competencias profesionais, persoais e sociais deste título, relacionadas co módulo "Marketing Dixital" son as que se relacionan:

c) Planificar e desenvolver accións de márketing dixital, xestionando páxinas web e sistemas de comunicación a través da internet, para lograr os obxectivos de márketing e da política de comercio electrónico da empresa.

l) Adaptarse ás novas situacións laborais, mantendo actualizados os coñecementos científicos, técnicos e tecnolóxicos relativos ao seu ámbito profesional, xestionando a súa formación e os recursos existentes na aprendizaxe ao longo da vida, e utilizando as tecnoloxías da información e da comunicación.

m) Arranxar situacións, problemas ou continxencias con iniciativa e autonomía no ámbito da súa competencia, con creatividade, innovación e espírito de mellora no traballo persoal e no dos membros do equipo.

n) Organizar e coordinar equipos de traballo con responsabilidade, e supervisar o seu desenvolvemento, mantendo relacións fluídas, asumindo o liderado e achegando solucións aos conflitos de grupo que se presenten.

ñ) Comunicarse con iguais, superiores, clientela e persoas baixo a súa responsabilidade, utilizando vías eficaces de comunicación, transmitindo a información ou os coñecementos axeitados, e respectando a autonomía e a competencia das persoas que interveñen no ámbito do seu traballo.

o) Xerar ámbitos seguros no desenvolvemento do seu traballo e no do seu equipo, supervisando e aplicando os procedementos de prevención de riscos laborais e ambientais, consonte o establecido pola normativa e os obxectivos da empresa.

- p) Supervisar e aplicar procedementos de xestión de calidade e de accesibilidade e deseño universais, nas actividades profesionais incluídas nos procesos de produción ou prestación de servizos.
- q) Realizar a xestión básica para a creación e o funcionamento dunha pequena empresa, e ter iniciativa na súa actividade profesional con sentido da responsabilidade social.
- r) Exercer os dereitos e cumprir as obrigas derivadas da súa actividade profesional, de acordo co establecido na lexislación, participando activamente na vida económica, social e cultural.
- r) Exercer os dereitos e cumprir as obrigas derivadas da súa actividade profesional, de acordo co establecido na lexislación, participando activamente na vida económica, social e cultural.

### 3. Relación de unidades didácticas que a integran, que contribuirán ao desenvolvemento do módulo profesional, xunto coa secuencia e o tempo asignado para o desenvolvemento de cada unha

U.D.	Título	Descrición	Duración (sesións)	Peso (%)
1	Formación en empresa.	Formación curricular que se adquirirá na empresa.	12	5
2	Administración dos accesos e as conexións a redes	Administrar accesos e conexións a redes públicas, semipúblicas e privadas, utilizando navegadores e buscadores de información especializados na rede pública Internet.	8	8
3	Servizos e protocolos de internet	Xestionar diversos servizos e protocolos de Internet, manexando programas de correo electrónico e de transferencia de arquivos, entre outros.	22	8
4	Construción de páxinas web	Construír páxinas web atractivas para os usuarios de Internet, utilizando criterios de posicionamento, fácil manexo e persuasión.	26	14
5	Formación en empresa.	Formación curricular que se adquirirá na empresa.	14	5
6	Relacións entre os usuarios da rede	Determinar a estratexia que se ha de seguir nas relacións con outros usuarios da rede, utilizando programas específicos, foros de comunicación e redes sociais de ámbito empresarial.	25	8
7	Deseño do plan de márketing dixital. Desenvolvemento do plan	Deseñar o plan de marketing digital no mercado online, definindo solucións estratéxicas mediante a implementación de accións específicas de desenvolvemento da marca comercial.	22	8
8	Deseño do plan de márketing dixital. Tipos de marketing e publicidade	Definir solucións estratéxicas mediante a implementación de accións específicas de desenvolvemento da marca comercial.	23	14
9	Formación en empresa.	Formación curricular que se adquirirá na empresa.	12	5
10	Facturación electrónica e administración telemática	Realizar a facturación electrónica e outras tarefas administrativas de forma telemática, utilizando en cada caso software específico.	20	10
11	Definición da política de comercio electrónico dunha empresa	Definir a política de comercio electrónico da empresa, establecendo as accións necesarias para efectuar vendas en liña.	40	15

**4. Por cada unidade didáctica**
**4.1.a) Identificación da unidade didáctica**

N.º	Título da UD	Duración
1	Formación en empresa.	12

**4.1.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan**

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA1 - Administra os accesos e as conexións a redes públicas, semipúblicas e privadas, utilizando navegadores e buscadores de información especializados na rede pública internet.	NO
RA2 - Xestiona diversos servizos e protocolos de internet, manexando programas de correo electrónico, de transferencia de ficheiros, etc.	NO
RA3 - Constrúe páxinas web atractivas para as persoas usuarias de internet, utilizando criterios de posicionamento, manexo doado e persuasión.	NO

**4.1.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado**

Criterios de avaliación
CA1.4 Comprobáronse as características propias de intranet e extranet.
CA1.4.1 FE Comprobáronse as características propias de intranet e extranet.
CA1.5 Utilizáronse os principais programas navegadores para se mover pola rede.
CA1.5.1 FE Utilizáronse os principais programas navegadores para se mover pola rede.
CA1.6 Realizáronse procuras selectivas de información mediante aplicacións específicas.
CA1.6.1 FE Realizáronse procuras selectivas de información mediante aplicacións específicas
CA1.7 Utilizáronse buscadores especializados por temas e outras aplicacións de procura avanzada.
CA1.7.1 FE Utilizáronse buscadores especializados por temas e outras aplicacións de procura avanzada.

Criterios de avaliación
CA2.2 Utilizouse o correo electrónico directamente desde a web.
CA2.2.1 FE Utilizouse o correo electrónico directamente desde a web.
CA2.3 Utilizáronse programas de cliente de correo electrónico para xestionar o envío e a recepción de mensaxes.
CA2.3.1 FE Utilizáronse programas de cliente de correo electrónico para xestionar o envío e a recepción de mensaxes.
CA2.5 Compartíronse ficheiros a través dunha rede de computadores entre iguais (peer to peer P2P).
CA2.5.1 FE Compartíronse ficheiros a través dunha rede de computadores entre iguais (peer to peer P2P).
CA3.5 Utilizáronse programas específicos de inclusión de textos, imaxes e son.
CA3.5.1 FE Utilizáronse programas específicos de inclusión de textos, imaxes e son.

#### 4.1.e) Contidos

Contidos
Configuración do acceso.
Intranet e extranet.
Navegador: definición e funcionamento. Navegadores máis utilizados.
Procura de información na rede.
Correo web: creación dunha conta, e funcións básicas de ler, responder e enviar.
Correo non desexado.
Transferencia de ficheiros: definición e funcionamento.
Publicación de páxinas web vía FTP.

**4.2.a) Identificación da unidade didáctica**

N.º	Título da UD	Duración
2	Administración dos accesos e as conexións a redes	8

**4.2.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan**

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA1 - Administra os accesos e as conexións a redes públicas, semipúblicas e privadas, utilizando navegadores e buscadores de información especializados na rede pública internet.	NO

**4.2.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado**

Criterios de avaliación
CA1.1 Identifícaronse os conceptos esenciais de funcionamento e uso da rede.
CA1.2 Avaliáronse os sistemas de conexión á rede.
CA1.3 Configurouse o acceso ao sistema informático na rede.
CA1.4 Comprobáronse as características propias de intranet e extranet.
<b>CA1.4.2 FCE Comprobáronse as características propias de intranet e extranet.</b>
CA1.5 Utilizáronse os principais programas navegadores para se mover pola rede.
<b>CA1.5.2 FCE Utilizáronse os principais programas navegadores para se mover pola rede.</b>
CA1.6 Realizáronse procuras selectivas de información mediante aplicacións específicas.
<b>CA1.6.2 FCE Realizáronse procuras selectivas de información mediante aplicacións específicas</b>
CA1.7 Utilizáronse buscadores especializados por temas e outras aplicacións de procura avanzada.
<b>CA1.7.2 FCE Utilizáronse buscadores especializados por temas e outras aplicacións de procura avanzada.</b>

**4.2.e) Contidos**

Contidos
<p>Introdución: definición e orixe de internet.</p> <p>Funcionamento de internet: servidores e clientes, protocolo TCP/IP, a world wide web e dominios da rede.</p> <p>Modos de conexión a internet.</p> <p>Configuración do acceso.</p> <p>Intranet e extranet.</p> <p>Navegador: definición e funcionamento. Navegadores máis utilizados.</p> <p>Procura de información na rede.</p> <p>Buscadores: motores de procura e índices, buscadores temáticos, multibuscadores e metabuscadores.</p> <p>Conceptos básicos de procura con operadores; sintaxes especiais de procura; opción de procura avanzada; inclusión en servizos adicionais e ferramentas específicas.</p>

**4.3.a) Identificación da unidade didáctica**

N.º	Título da UD	Duración
3	Servizos e protocolos de internet	22

**4.3.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan**

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA1 - Administra os accesos e as conexións a redes públicas, semipúblicas e privadas, utilizando navegadores e buscadores de información especializados na rede pública internet.	NO
RA2 - Xestiona diversos servizos e protocolos de internet, manexando programas de correo electrónico, de transferencia de ficheiros, etc.	NO

**4.3.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado**

Criterios de avaliación
CA1.6 Realizáronse procuras selectivas de información mediante aplicacións específicas.

Criterios de avaliación
CA1.6.2 FCE Realizáronse procuras selectivas de información mediante aplicacións específicas
CA2.1 Identifícaronse os elementos que configuran o correo electrónico.
CA2.2 Utilizouse o correo electrónico directamente desde a web.
CA2.2.2 FCE Utilizouse o correo electrónico directamente desde a web.
CA2.3 Utilizáronse programas de cliente de correo electrónico para xestionar o envío e a recepción de mensaxes.
CA2.3.2 FCE Utilizáronse programas de cliente de correo electrónico para xestionar o envío e a recepción de mensaxes.
CA2.4 Identificouse o protocolo de rede para a transferencia de ficheiros (FTP) desde un equipamento cliente a un servidor.
CA2.5 Compartíronse ficheiros a través dunha rede de computadores entre iguais (peer to peer P2P).
CA2.5.2 FCE Compartíronse ficheiros a través dunha rede de computadores entre iguais (peer to peer P2P).
CA2.6 Descargouse software de balde con limitacións de tempo de uso e sen elas.
CA2.7 Realizáronse descargas de vídeos, música, videoxogos, etc.
CA2.8 Identifícaronse as principais licenzas de software e as diferenzas entre elas.

#### 4.3.e) Contidos

Contidos
<p>Correo electrónico: definición e funcionamento.</p> <p>0 Tipos de licenzas de software. (CA 2.8)</p> <p>Conexións telefónicas de voz.</p> <p>Correo web: creación dunha conta, e funcións básicas de ler, responder e enviar.</p> <p>Correo non desexado.</p>



Contidos
<p>Correo POP3: definición e uso; xestión das operacións de envío, recepción e mantemento.</p> <p>Transferencia de ficheiros: definición e funcionamento.</p> <p>Servidores e aplicacións FTP.</p> <p>Redes P2P (peer to peer): aplicacións.</p> <p>Descargas: musicais, de vídeos e software.</p> <p>Freeware e shareware.</p>

**4.4.a) Identificación da unidade didáctica**

N.º	Título da UD	Duración
4	Construción de páxinas web	26

**4.4.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan**

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA3 - Constrúe páxinas web atractivas para as persoas usuarias de internet, utilizando criterios de posicionamento, manexo doado e persuasión.	NO

**4.4.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado**

Criterios de avaliación
CA3.1 Redactáronse as sentenzas máis utilizadas en linguaxe de etiquetas de hipertexto (HTML).
CA3.2 Utilizáronse programas comerciais que permitan crear de xeito sinxelo os ficheiros que compoñen as páxinas web.
CA3.3 Rexistrouse o enderezo de páxinas web con dominio propio ou con aloxamento de balde.
CA3.4 Enviáronse ao servidor de internet ficheiros web creados mediante programas especializados nesta tarefa.
CA3.5 Utilizáronse programas específicos de inclusión de textos, imaxes e son.

**Criterios de avaliación**

CA3.5.2 FCE Utilizáronse programas específicos de inclusión de textos, imaxes e son.

CA3.6 Construíuse unha web eficiente para o comercio electrónico.

CA3.7 Incluíronse na web ligazóns de interese capaces de xerar tráfico orientado e interesado no que se ofrece.

**4.4.e) Contidos**
**Contidos**

Estrutura dunha páxina web.

0Zonas quentes e zonas de usuario.

O carro da compra en liña.

Linguaxe HTML.

Creación de páxinas web cos editores web máis usuais.

Elección do servidor para aloxar páxinas web.

Publicación de páxinas web vía FTP.

Alta en buscadores.

Programas de deseño gráfico e outras utilidades para a web.

Catálogo en liña.

Fluxos de caixa e financiamento da tenda en liña.

**4.5.a) Identificación da unidade didáctica**

N.º	Título da UD	Duración
5	Formación en empresa.	14

**4.5.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan**

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA1 - Determina a estratexia que haxa que seguir nas relacións con outras persoas usuarias da rede, utilizando programas específicos, foros de comunicación e redes sociais de ámbito empresarial.	NO
RA2 - Deseña o plan de márketing dixital no mercado en liña, definindo solucións estratéxicas mediante a posta en marcha de accións específicas de desenvolvemento da marca comercial.	NO

**4.5.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado**

Criterios de avaliación
CA1.1 Utilizáronse programas web para manter charlas de texto.
CA1.1.1 FE Utilizáronse programas web para manter charlas de texto.
CA1.2 Utilizáronse programas de mensaxaría instantánea.
CA1.2.1 FE Utilizáronse programas de mensaxaría instantánea.
CA1.3 Aplicáronse sistemas de comunicación oral que utilizan só son, ou imaxe e son.
CA1.3.1 FE Aplicáronse sistemas de comunicación oral que utilizan só son, ou imaxe e son.
CA1.4 Establecéronse contactos con outras persoas usuarias da rede a través de foros de debate e opinión.
CA1.4.1 FE Establecéronse contactos con outras persoas usuarias da rede a través de foros de debate e opinión.
CA1.5 Establecéronse contactos sobre temas concretos a través de blogs temáticos de contido profesional.
CA1.5.1 FE Establecéronse contactos sobre temas concretos a través de blogs temáticos de contido profesional.
CA1.6 Efectuáronse comunicacións, publicidade e vendas con outras persoas usuarias da rede a través de redes sociais.
CA1.6.1 FE Efectuáronse comunicacións, publicidade e vendas con outras persoas usuarias da rede a través de redes sociais.
CA1.7 Xeráronse contidos audiovisuais e fotográficos da actividade, os produtos e os procesos comerciais.

Criterios de avaliación
CA1.7.1 FE . Xeráronse contidos audiovisuais e fotográficos da actividade, os produtos e os procesos comerciais.
CA2.6 Realizáronse as tarefas necesarias para xestionar e fidelizar a clientela a través da rede.
CA2.6.1 FE Realizáronse as tarefas necesarias para xestionar e fidelizar a clientela a través da rede
CA2.7 Identificáronse as novas tendencias de comunicación e relación coa clientela no márketing dixital.
CA2.7.1 FE Identificáronse as novas tendencias de comunicación e relación coa clientela no márketing dixital.
CA2.8 Realizáronse accións de márketing efectuadas a través de dispositivos móbiles.
CA2.8.1 FE Realizáronse accións de márketing efectuadas a través de dispositivos móbiles.

#### 4.5.e) Contidos

Contidos
<p>Grupos de conversa ou chat: programas IRC e webchat.</p> <p>Servizo de mensaxaría instantánea.</p> <p>Telefonía por internet.</p> <p>Videoconferencia.</p> <p>Foros: lectura e escritura neles.</p> <p>Grupos de discusión.</p> <p>Redes sociais.</p> <p>Análise de estatísticas e medición de resultados.</p> <p>Márketing de afiliación.</p> <p>Márketing relacional e xestión da relación coa clientela (CRM).</p>

**4.6.a) Identificación da unidade didáctica**

N.º	Título da UD	Duración
6	Relacións entre os usuarios da rede	25

**4.6.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan**

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA1 - Determina a estratexia que haxa que seguir nas relacións con outras persoas usuarias da rede, utilizando programas específicos, foros de comunicación e redes sociais de ámbito empresarial.	NO

**4.6.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado**

Criterios de avaliación
CA1.1 Utilizáronse programas web para manter charlas de texto.
CA1.1.2 FCE Utilizáronse programas web para manter charlas de texto.
CA1.2 Utilizáronse programas de mensaxaría instantánea.
CA1.2.2 FCE Utilizáronse programas de mensaxaría instantánea.
CA1.3 Aplicáronse sistemas de comunicación oral que utilizan só son, ou imaxe e son.
CA1.3.2 FCE Aplicáronse sistemas de comunicación oral que utilizan só son, ou imaxe e son.
CA1.4 Establecéronse contactos con outras persoas usuarias da rede a través de foros de debate e opinión.
CA1.4.2 FCE Establecéronse contactos con outras persoas usuarias da rede a través de foros de debate e opinión.
CA1.5 Establecéronse contactos sobre temas concretos a través de blogs temáticos de contido profesional.
CA1.5.2 FCE Establecéronse contactos sobre temas concretos a través de blogs temáticos de contido profesional.
CA1.6 Efectuáronse comunicacións, publicidade e vendas con outras persoas usuarias da rede a través de redes sociais.

**Criterios de avaliación**

CA1.6.2 FCE Efectuáronse comunicacións, publicidade e vendas con outras persoas usuarias da rede a través de redes sociais.

CA1.7 Xeráronse contidos audiovisuais e fotográficos da actividade, os produtos e os procesos comerciais.

CA1.7.2 FCE . Xeráronse contidos audiovisuais e fotográficos da actividade, os produtos e os procesos comerciais.

**4.6.e) Contidos****Contidos**

Grupos de conversa ou chat: programas IRC e webchat.

Engadir elementos a unha páxina dunha rede social.

Uso de elementos fotográficos e audiovisuais nunha páxina dunha rede social.

Engadido de aplicacións profesionais a unha páxina.

Blogs externos e RSS.

Procura de grupos interesantes.

Crear unha rede de contactos influentes.

Comprar e vender en redes sociais.

Servizo de mensaxaría instantánea.

Telefonía por internet.

Videoconferencia.

Foros: lectura e escritura neles.

Grupos de discusión.

Redes sociais.

Weblogs, blogs ou bitácoras.

Redes sociais para empresas.

**4.7.a) Identificación da unidade didáctica**

N.º	Título da UD	Duración
7	Deseño do plan de márketing dixital. Desenvolvemento do plan	22

**4.7.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan**

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA2 - Deseña o plan de márketing dixital no mercado en liña, definindo solucións estratéxicas mediante a posta en marcha de accións específicas de desenvolvemento da marca comercial.	NO

**4.7.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado**

Criterios de avaliación
CA2.1 Preparouse un plan de márketing dixital que permita alcanzar os obxectivos comerciais da empresa.
CA2.2 Definíronse os procesos de posicionamento e márketing en liña.
CA2.5 Avaliáronse os retos do márketing electrónico: confianza nos medios de pagamento, problemas loxísticos e seguridade.
CA2.6 Realizáronse as tarefas necesarias para xestionar e fidelizar a clientela a través da rede.
CA2.6.2 FCE Realizáronse as tarefas necesarias para xestionar e fidelizar a clientela a través da rede

**4.7.e) Contidos**

Contidos
Desenvolvemento do plan de márketing dixital.
Comportamento da clientela en liña.
Promoción en liña e fóra de liña da web.
Ferramentas de posicionamento en buscadores: e-mail márketing, SEM, SEO e campañas en páxinas afíns.
Políticas de captación: proceso de creación dunha marca.

**4.8.a) Identificación da unidade didáctica**

N.º	Título da UD	Duración
8	Deseño do plan de márketing dixital.Tipos de marketing e publicidade	23

**4.8.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan**

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA2 - Deseña o plan de márketing dixital no mercado en liña, definindo solucións estratéxicas mediante a posta en marcha de accións específicas de desenvolvemento da marca comercial.	NO

**4.8.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado**

Criterios de avaliación
CA2.3 Establecéronse as pautas que cumpra seguir para realizar a publicidade e a promoción en liña.
CA2.4 Identifícaronse os elementos que configuran o márketing de buscadores.
CA2.7 Identifícaronse as novas tendencias de comunicación e relación coa clientela no márketing dixital.
<b>CA2.7.2 FCE Identifícaronse as novas tendencias de comunicación e relación coa clientela no márketing dixital.</b>
CA2.8 Realizáronse accións de márketing efectuadas a través de dispositivos móbiles.
<b>CA2.8.2 FCE Realizáronse accións de márketing efectuadas a través de dispositivos móbiles.</b>

**4.8.e) Contidos**

Contidos
OMárketing viral.
Márketing one-to-one.
Aplicacións do mobile márketing, TDT, etc.
Análise de estatísticas e medición de resultados.



Contidos
Márketing de afiliación.
Márketing relacional e xestión da relación coa clientela (CRM).
Cross marketing.

**4.9.a) Identificación da unidade didáctica**

N.º	Título da UD	Duración
9	Formación en empresa.	12

**4.9.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan**

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA1 - Realiza a facturación electrónica e outras tarefas administrativas de xeito telemático, utilizando en cada caso software específico.	NO

**4.9.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado**

Criterios de avaliación
CA1.1 Identifícanse os formatos electrónicos de factura de maior ou menor complexidade (EDIFACT, XML, PDF, html, doc, xls, gif, jpeg, txt, etc.).
<b>CA1.1.1 FE Identifícanse os formatos electrónicos de factura de maior ou menor complexidade (EDIFACT, XML, PDF, html, doc, xls, gif, jpeg, txt, etc.).</b>
CA1.2 Estableceuse a transmisión telemática entre computadores.
<b>CA1.2.1 FE Estableceuse a transmisión telemática entre computadores.</b>
CA1.3 Garantiuse a integridade e a autenticidade das transmisións telemáticas a través dunha sinatura electrónica recoñecida.
<b>CA1.3.1 FE Garantiuse a integridade e a autenticidade das transmisións telemáticas a través dunha sinatura electrónica recoñecida.</b>
CA1.4 Utilizáronse aplicacións específicas de emisión de facturas electrónicas.
<b>CA1.4.1 FE Utilizáronse aplicacións específicas de emisión de facturas electrónicas.E</b>

Criterios de avaliación
CA1.6 Probáronse ferramentas de tipo xeneralista que se utilizan na rede.
CA1.6.1 FE Probáronse ferramentas de tipo xeneralista que se utilizan na rede.
CA1.7 Identifícanse os programas prexudiciais para a seguridade e a integridade dos datos almacenados en equipamentos informáticos.
CA1.7.1 FE Identifícanse os programas prexudiciais para a seguridade e a integridade dos datos almacenados en equipamentos informáticos.
CA1.8 Aplicáronse as barreiras de seguridade necesarias para salvagardar a información da empresa.
CA1.8.1 FE Aplicáronse as barreiras de seguridade necesarias para salvagardar a información da empresa.

#### 4.9.e) Contidos

Contidos
Factura electrónica: aspectos xerais, condicións para a súa utilización e normativa legal.
Seguridade: sinatura electrónica recoñecida.
Programas de facturación electrónica.
Relación con outras empresas e organismos públicos: banca electrónica, trámites coa Seguridade Social, relacións tributarias con Facenda, etc.
Programas de visualización e impresión de ficheiros PDF.
Programas reprodutores, organizadores e sincronizadores de música, vídeos, películas, programas de televisión, audiolibros, etc.
Seguridade en internet: spam, virus informáticos, spyware e phishing.
Programas antivirus, tornalumes e antiespías.

#### 4.10.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
10	Facturación electrónica e administración telemática	20

**4.10.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan**

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA1 - Realiza a facturación electrónica e outras tarefas administrativas de xeito telemático, utilizando en cada caso software específico.	NO

**4.10.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado**

Criterios de avaliación
CA1.1 Identifícanse os formatos electrónicos de factura de maior ou menor complexidade (EDIFACT, XML, PDF, html, doc, xls, gif, jpeg, txt, etc.).
CA1.1.2 FCE Identifícanse os formatos electrónicos de factura de maior ou menor complexidade (EDIFACT, XML, PDF, html, doc, xls, gif, jpeg, txt, etc.).
CA1.2 Estableceuse a transmisión telemática entre computadores.
CA1.2.2 FCE Estableceuse a transmisión telemática entre computadores.
CA1.3 Garantiuse a integridade e a autenticidade das transmisións telemáticas a través dunha sinatura electrónica recoñecida.
CA1.3.2 FCE Garantiuse a integridade e a autenticidade das transmisións telemáticas a través dunha sinatura electrónica recoñecida.
CA1.4 Utilizáronse aplicacións específicas de emisión de facturas electrónicas.
CA1.4.2 FCE Utilizáronse aplicacións específicas de emisión de facturas electrónicas.
CA1.5 Utilizáronse ferramentas comúns en internet relativas á relación da empresa con organismos públicos e outras entidades.
CA1.6 Probáronse ferramentas de tipo xeneralista que se utilizan na rede.
CA1.6.2 FCE Probáronse ferramentas de tipo xeneralista que se utilizan na rede.
CA1.7 Identifícanse os programas prexudiciais para a seguridade e a integridade dos datos almacenados en equipamentos informáticos.
CA1.7.2 FCE Identifícanse os programas prexudiciais para a seguridade e a integridade dos datos almacenados en equipamentos informáticos.
CA1.8 Aplicáronse as barreiras de seguridade necesarias para salvagardar a información da empresa.

**Criterios de avaliación**

CA1.8.2 FCE Aplicáronse as barreiras de seguridade necesarias para salvagardar a información da empresa.

**4.10.e) Contidos**
**Contidos**

Factura electrónica: aspectos xerais, condicións para a súa utilización e normativa legal.

Seguridade: sinatura electrónica recoñecida.

Programas de facturación electrónica.

Relación con outras empresas e organismos públicos: banca electrónica, trámites coa Seguridade Social, relacións tributarias con Facenda, etc.

Programas de visualización e impresión de ficheiros PDF.

Programas reprodutores, organizadores e sincronizadores de música, vídeos, películas, programas de televisión, audiolibros, etc.

Seguridade en internet: spam, virus informáticos, spyware e phishing.

Programas antivirus, tornalumes e antiespías.

**4.11.a) Identificación da unidade didáctica**

N.º	Título da UD	Duración
11	Definición da política de comercio electrónico dunha empresa	40

**4.11.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan**

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA2 - Define a política de comercio electrónico da empresa, establecendo as accións necesarias para efectuar vendas en liña.	SI

**4.11.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado**

Criterios de avaliación
CA2.1 Establecéronse os parámetros necesarios para crear ou adaptar un negocio en liña.
CA2.2 Definíronse accións de captación enfocadas ao comercio electrónico.
CA2.3 Recoñecéronse os modelos de negocio existentes na rede.
CA2.4 Deseñouse unha tenda virtual.
CA2.5 Planificouse a xestión dos pedidos recibidos e todo o proceso loxístico.
CA2.6 Identifícaronse os aspectos xurídicos e de protección de datos no comercio electrónico.
CA2.7 Establecéronse os medios de pagamento que se vaian utilizar.
CA2.8 Seleccionáronse os sistemas de seguridade que garantan a privacidade e a invulnerabilidade das operacións.
CA2.9 Identifícaronse os tipos de negocios electrónicos existentes.

**4.11.e) Contidos**

Contidos
<p>Idea e deseño dunha tenda virtual.</p> <p>0Criptografía: clave simétrica, clave asimétrica e cifrax de clave única.</p> <p>Sinatura.</p> <p>Certificados dixitais.</p> <p>Encriptación.</p> <p>Negocios electrónicos: e-shop, e-mail, e-procurement, e-marketplace, e-auction, etc.</p> <p>Modelos de negocio dixital: portais horizontais, B2B, B2C, etc.</p>

## Contidos

Selección e rexistro de dominio.

Escaparate web e catálogo electrónico.

Control loxístico das mercadorías vendidas en liña.

A reclamación como instrumento de fidelización da clientela.

Importancia financeira da reclamación.

Medios de pagamento electrónicos.

Períodos de reflexión e cancelacións.

**5. Mínimos exixibles para alcanzar a avaliación positiva e os criterios de cualificación**

UF 1: Comunicación dixital.

- CA1.1. Identifícanse os conceptos esenciais de funcionamento e uso da rede.
- CA1.2. Avaliáronse os sistemas de conexión á rede.
- CA1.3. Configúrouse o acceso ao sistema informático na rede.
- CA1.5. Utilizáronse os principais programas navegadores para se mover pola rede.
- CA1.6. Realizáronse procuras selectivas de información mediante aplicacións específicas.
- CA2.1. Identifícanse os elementos que configuran o correo electrónico.
- CA2.2. Utilizouse o correo electrónico directamente desde a web.
- CA2.3. Utilizáronse programas de cliente de correo electrónico para xestionar o envío e a recepción de mensaxes.
- CA2.4. Identificouse o protocolo de rede para a transferencia de ficheiros (FTP) desde un equipamento cliente a un servidor.
- CA2.5. Compartíronse ficheiros a través dunha rede de computadores entre iguais (peer to peer P2P).
- CA3.1. Redactáronse as sentenzas máis utilizadas en linguaxe de etiquetas de hipertexto (HTML).
- CA3.2. Utilizáronse programas comerciais que permitan crear de xeito sinxelo os ficheiros que compoñen as páxinas web.
- CA3.3. Rexistrouse o enderezo de páxinas web con dominio propio ou con aloxamento de balde.
- CA3.5. Utilizáronse programas específicos de inclusión de textos, imaxes e son.
- CA3.6. Construíuse unha web eficiente para o comercio electrónico.

- CA3.7. Incluíronse na web ligazóns de interese capaces de xerar tráfico orientado e interesado no que se ofrece.

UF 2: A rede social e o plan de márketing dixital.

- CA1.1. Utilizáronse programas web para manter charlas de texto.
- CA1.4. Establecéronse contactos con outras persoas usuarias da rede a través de foros de debate e opinión.
- CA1.5. Establecéronse contactos sobre temas concretos a través de blogs temáticos de contido profesional.
- CA1.6. Efectuáronse comunicacións, publicidade e vendas con outras persoas usuarias da rede a través de redes sociais.
- CA1.7. Xeráronse contidos audiovisuais e fotográficos da actividade, os produtos e os procesos comerciais.
- CA2.1. Preparouse un plan de márketing dixital que permita alcanzar os obxectivos comerciais da empresa.
- CA2.2. Definíronse os procesos de posicionamento e márketing en liña.
- CA2.3. Establecéronse as pautas que cumpra seguir para realizar a publicidade e a promoción en liña.
- CA2.4. Identificáronse os elementos que configuran o márketing de buscadores.
- CA2.5. Avaliáronse os retos do márketing electrónico: confianza nos medios de pagamento, problemas loxísticos e seguridade.
- CA2.6. Realizáronse as tarefas necesarias para xestionar e fidelizar a clientela a través da rede.
- CA2.7. Identificáronse as novas tendencias de comunicación e relación coa clientela no márketing dixital.
- CA2.8. Realizáronse accións de márketing efectuadas a través de dispositivos móbiles.

UF 3: Administración e política comercial no comercio dixital.

- CA1.1. Identificáronse os formatos electrónicos de factura de maior ou menor complexidade (EDIFACT, XML, PDF, html, doc, xls, gif, jpeg, txt, etc.).
- CA1.2. Estableceuse a transmisión telemática entre computadores.
- CA1.4. Utilizáronse aplicacións específicas de emisión de facturas electrónicas.
- CA1.5. Utilizáronse ferramentas comúns na internet relativas á relación da empresa con organismos públicos e outras entidades.
- CA1.7. Identificáronse os programas prexudiciais para a seguridade e a integridade dos datos almacenados en equipamentos informáticos.
- CA1.8. Aplicáronse as barreiras de seguridade necesarias para salvagardar a información da empresa.
- CA2.1. Establecéronse os parámetros necesarios para crear ou adaptar un negocio en liña.
- CA2.2. Definíronse accións de captación enfocadas ao comercio electrónico.
- CA2.3. Recoñecéronse os modelos de negocio existentes na rede.
- CA2.4. Deseñouse unha tenda virtual.
- CA2.5. Planificouse a xestión dos pedidos recibidos e todo o proceso loxístico.
- CA2.6. Identificáronse os aspectos xurídicos e de protección de datos no comercio electrónico.
- CA2.7. Establecéronse os medios de pagamento que se vaian utilizar.

- CA2.8. Seleccionáronse os sistemas de seguridade que garantan a privacidade e a invulnerabilidade das operacións.
- CA2.9. Identificáronse os tipos de negocios electrónicos existentes.

#### CRITERIOS CUALIFICACIÓN

Todos os Criterios de Avaliación (CA) establécense como mínimos tendo que acadarse o 50% da cualificación de cada un para ter unha avaliación positiva. O cálculo do 50% establecerase no nivel mínimo de logro que corresponda ao instrumento de avaliación empregado.

Os procedementos de avaliación que se aplicarán poderán ser:

##### a. Probas de coñecementos:

1. Poden consistir en exames escritos con preguntas curtas e/ou a desenvolver, cuestionarios tipo test ou supostos prácticos.
2. Conterán instrucións de realización con indicación de tempos máximos para realizalas e a cualificación máxima por preguntas ou apartados.
3. Nos cuestionarios tipo test se indicará o número mínimo de preguntas que se deben contestar positivamente para acadar unha avaliación positiva mínima que nunca será superior ao 60% das preguntas ben contestadas e se penalizan as preguntas mal contestadas. Os cuestionarios tipo test faranse mediante formularios automatizados que se autocorrixen.
4. Para os exames escritos con preguntas a desenvolver ou supostos prácticos empréganse modelos de solución (padróns) graduados do seguinte xeito:
  - a. pregunta completa 100% da cualificación,
  - b. pregunta case completa 75% da cualificación,
  - c. pregunta aceptable (mínimo) 50% da cualificación,
  - d. pregunta incompleta 25% da cualificación,
  - e. pregunta moi incompleta 5% da cualificación.
- f. Unha proba de coñecementos non realizada inxustificadamente, suporá volvela realizar no período de actividades de recuperación correspondente.
5. Este tipo de probas serán combinadas. Ou sexa, se avaliarán varios criterios de cualificación nelas. A cualificación consistirá en corrixir a proba globalmente e repartir a cualificación entre os CA avaliados en función do peso establecido en axustar avaliación.
6. En cada período de avaliación parcial (decembro, marzo) este tipo de probas terá un peso do 40% da cualificación obtida. As cualificacións de probas de coñecementos superiores a 4 puntos poderán facer media co resto de procedementos de avaliación para o cálculo da nota de cada avaliación.

##### b. Probas de produto e/ou desempeño:

1. Poden consistir en traballos de investigación, memorias, fichas, plans, obxectos e defensas orais tanto en grupo como individuais.
2. Conterán indicacións/instrucións precisas sobre como presentalas, os formatos de presentación, o xeito de presentación (correo electrónico, aula virtual, etc.), se debe ser defendido, os prazos de presentación,



as penalizacións por presentación fóra de prazo e de como se cualificarán (niveis de logro e indicadores). Un produto non presentado inxustificadamente, implicará volvelo realizar no período de actividades de recuperación correspondente.

3. Cualifícanse con táboas de indicadores (rúbricas) con catro niveis de logro:
  - a. completo/excelente 100% da cualificación do indicador de que se trate;
  - b. case completo/bon 75%;
  - c. aceptable (mínimo) 50%
  - d. insuficiente do 0% ao 40%)
4. Nas táboas de indicadores empregaranse os seguintes bloques: expresión escrita, ortografía, formato, presentación e creatividade, contido e desempeño. Os indicadores de contido puntuarán como mínimo un 60% da cualificación total do produto.
5. Se o produto que se pide trae asociada unha exposición oral (defensa) esta será avaliada por separado coa súa correspondente táboa de indicadores que incluírán os seguintes bloques: linguaxe non verbal, linguaxe verbal, presentación e creatividade do apoio visual.
6. Este tipo de probas serán combinadas. Ou sexa, se avaliarán varios criterios de cualificación nelas. A cualificación consistirá en corrixir a proba globalmente e repartir a cualificación entre os CA avaliados en función do peso establecido en *¿axustar avaliación¿*.
7. En cada período de avaliación este tipo de probas terá un peso do 60% da cualificación obtida. As cualificacións de produtos superiores a 4 puntos poderán facer media co resto de procedementos de avaliación para o cálculo da nota de cada avaliación.

## 6. Procedemento para a recuperación das partes non superadas

### 6.a) Procedemento para definir as actividades de recuperación

1. As probas con cualificacións inferiores a 4 puntos deberán ser superadas nos períodos correspondentes para as actividades de recuperación que se establezan.
2. Se a nota da 1ª ou 2ª avaliación é inferior a 5 puntos deberán ser recuperadas unicamente as probas de coñecemento ou de produtos e/ou desempeños que, individualmente, obtiveron unha cualificación inferior a 5 puntos.
3. As actividades de recuperación desenvolveranse no período de abril a xuño aínda que durante o curso se establecerán para cada proba non superada, outros períodos de recuperación en datas anteriores. Trátase de que o alumnado aprenda dos propios erros e sexa capaz de corrixilos.

## 6.b) Procedemento para definir a proba de avaliación extraordinaria para o alumnado con perda de dereito a avaliación continua

Segundo a RESOLUCIÓN do 10 de xullo de 2024, da Dirección Xeral de Formación Profesional, pola que se ditan instrucións para o desenvolvemento das ensinanzas de formación profesional do sistema educativo no curso 2024/25, no punto décimo noveno.7 recóllese que:

O alumnado será excluído do proxecto de formación dual nos seguintes casos:

i) Durante o período de formación no centro educativo, de acordo coas normas de organización, funcionamento e convivencia aprobadas polo centro docente, por faltas repetidas de asistencia e/ou puntualidade non xustificadas que poidan derivar nunha falta de aproveitamento das ensinanzas tanto no centro educativo como posteriormente na empresa.

A este respecto o Departamento de Comercio e Márketing considera que o alumnado será excluído do proxecto de formación dual cando alcance, no centro educativo, o 10% de faltas inxustificadas nas horas anuais de, alo menos, tres módulos e teña tres módulos suspensos. Neste caso, o equipo docente reunirase para valorar a posible falta de aproveitamento polo alumno/a destas ensinanzas e a súa conseqüente exclusión.

Polo que respecta á xustificación de faltas, estas aparecen recollidas nas NOF do centro.

De ter algún módulo suspenso, deberá superar unha proba no mes de setembro que garante o aproveitamento desta ensinanza.

## 7. Procedemento sobre o seguimento da programación e a avaliación da propia práctica docente

1. Cada 15 días, farase o seguimento da programación na aplicación informática. Mensualmente se dará conta na reunión de departamento preceptiva deste seguimento.

2. A avaliación da práctica docente realizarase unha reflexión sobre as competencias de programación, actividades de aula, avaliación e formación tendo en conta os seguintes indicadores de cada competencia:

a. Programación:

a.1. Planificación do traballo docente.

a.2. Programación de unidades didácticas.

a.3. Programación de actividades e tarefas.

a.4.Tratamento da atención á diversidade e da transversalidade.

b. Actividades de aula:

b.1.Metodoloxía desenvolvida

b.2.Motivación para a aprendizaxe.

b.3.Potenciación da autonomía no proceso de ensino-aprendizaxe.

b.4.Coordinación co resto do equipo docente.

b.5.Clima na aula e resolución de conflitos.

b.6.Traballo en equipo. Actividades desenvolvidas variadas facendo un papel docente-guía.

b.7.Utilización dos recursos do contexto para reforzar o proceso EA.

b.8.Atención á diversidade.

b-9.Inclusión da transversalidade nas actividades.

c. Avaliación:

c.1. Instrumentos utilizados para facer a avaliación inicial e o seu rexistro.

c.2 Instrumentos utilizados para a avaliación continua e o seu rexistro.

c-3- Procedemento utilizado para a avaliación final.

c.4. Coavaliación e autoavaliación, se proceden.

c.5. Desenvolvemento das actividades de recuperación.

c-6- Información proporcionada sobre a avaliación e a cualificación.

d. Formación:

d.1. Formación desenvolvida formal.

d.2. Formación desenvolvida non formal.

3. Na memoria do fin de curso se recollerán propostas de modificacións para o curso seguinte, en función da autoavaliación anterior realizada.

## 8. Medidas de atención á diversidade

### 8.a) Procedemento para a realización da avaliación inicial

Durante o primeiro mes de curso se desenvolverá un procedemento de observación competencial a través de dúas tarefas concretas relacionadas coa loxística de almacenamento: Unha defensa dunha empresa concreta do entorno que se adique o mundo do transporte sobre as implicacións da ubicación xeográfica. Tamén, un estudio dunha empresa concreta sobre os posibles custos loxísticos que permitan recoller información de todas/algúns das competencias claves seguintes:

1. Competencia en comunicación lingüística. Refírese á habilidade para utilizar a lingua, expresar ideas e interactuar con outras persoas de maneira oral ou escrita. Para desenvolvela deseñaranse tarefas que impliquen a expresión escrita e a utilización da oralidade (traballos de reflexión e investigación por escrito e defensa dos mesmos de xeito oral apoiados en produtos gráficos)
2. Competencia matemática e competencias básicas en ciencia e tecnoloxía. A primeira alude ás capacidades para aplicar o razoamento matemático para resolver cuestións da vida cotiá; a competencia en ciencia céntrase nas habilidades para utilizar os coñecementos e metodoloxía científicos para explicar a realidade que nos rodea; e a competencia tecnolóxica, en como aplicar estes coñecementos e métodos para dar resposta aos desexos e necesidades humanas. Neste caso a preparación de material básico para repasar coñecementos matemáticos poderían reforzar a competencia.
3. Competencia dixital. Implica o uso seguro e crítico das TIC para obter, analizar, producir e intercambiar información. Neste caso a utilización de software na elaboración de produtos de xeito responsable e tendo en conta licenzas e uso de datos persoais podería axudar a reforzar esta competencia
4. Aprender a aprender. É unha das principais competencias, xa que implica que o alumnado desenvolva a súa capacidade para iniciar a aprendizaxe e persistir nel, organizar as súas tarefas e tempos, e traballar de maneira individual ou colaborativa para conseguir un obxectivo. Ensinar a investigar e a ser crítico coas buscas de información poden reforzar esta competencia.
5. Competencias sociais e cívicas. Fan referencia ás capacidades para relacionarse coas persoas e participar de maneira activa, participativa e democrática na vida social e cívica. O traballo en equipo ensinando pautas para facelo poden reforzar esta competencia
6. Sentido da iniciativa e espírito emprendedor. Implica as habilidades necesarias para converter as ideas en actos, como a creatividade ou as capacidades para asumir riscos e planificar e xestionar proxectos.

### 8.b) Medidas de reforzo educativo para o alumnado que non responda globalmente aos obxectivos programados

Para o alumnado que non responda adecuadamente as actividades programadas aplicaráselle as seguintes medidas en función das súas necesidades:

- Recuperación das partes non superadas antes do período de actividades de recuperación Tareas de alumnado específicas de reforzo.
- Introducción de estratexias e ferramentas que reforcen as competencias clave, nas actividades deseñadas. - Deseño de actividades secuenciadas que axuden a entender o que se pide. - Coordinación co equipo docente para tratar o reforzo en competencias clave

## 9. Aspectos transversais

### 9.a) Programación da educación en valores

Tendo en conta o anterior no ámbito da familia profesional de Comercio e Marketing, trataranse as seguintes temáticas, de xeito transversal, tanto nas tarefas do profesorado como do alumnado:

1. Valores democráticos e mellora da cohesión social.
2. Loita contra a pobreza e contribución ao desenvolvemento humano.
3. Dereitos Humanos.
4. Protección das minorías e do colectivo LGTBIQ
5. Dereitos laborais.
6. Respecto das condicións de competencia.
7. Transferencia de tecnoloxía: respecto licenzas e patentes.
8. Preservación do Medio Ambiente. A sostenibilidade.
9. Promoción da igualdade de xénero.
10. Reforzo do respecto dos Dereitos Fundamentais. A protección de datos persoais.
11. Deontoloxía profesional.
12. Identidade dixital: netetiqueta.

### 9.b) Actividades complementarias e extraescolares

Visita a Conxemar ao inicio de curso