

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	CMCOM01	Actividades comerciais	Ciclos formativos de grao medio	Réxime xeral-ordinario

Módulo profesional e unidades formativas de menor duración (*)

Código MP/UF	Nome	Curso	Sesións semanais	Horas anuais	Sesións anuais
MP1235	Comercio electrónico	2024/2025	7	123	147
MP1235_12	Comunicación, promoción e redes sociais	2024/2025	7	80	96
MP1235_22	Venda en liña	2024/2025	7	43	51

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

Profesorado responsable

Profesorado asignado ao módulo	ALICIA PONTÓN RODRÍGUEZ
Outro profesorado	

Estado: Pendente de supervisión inspector

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

O IES A Guía, onde se vai desenvolver o módulo de Comercio electrónico, cumpre as condicións establecidas no Real decreto do Título (1688/2011 do 18 de novembro) e do Currículo (49/2016 do 7 de abril) en canto a espazos, instalacións, número de alumnos por grupo, etc.

O perfil profesional do título de Técnico en Actividades Comerciais determínase pola súa competencia xeral, polas súas competencias profesionais, persoais e sociais, así como pola relación de cualificacións e, de ser o caso, unidades de competencia do Catálogo Nacional de Cualificacións Profesionais incluídas no título.

A competencia xeral do título de Técnico en Actividades Comerciais consiste en desenvolver actividades de distribución e comercialización de bens e/ou servizos, e en xestionar un pequeno establecemento comercial, aplicando as normas de calidade e seguridade establecidas e respectando a lexislación vixente.

As competencias profesionais, persoais e sociais deste título relacionadas co módulo Comercio electrónico son as seguintes:

- g) Realizar accións de comercio electrónico, mantendo a páxina web da empresa e os sistemas sociais de comunicación a través de internet, para cumprir os obxectivos de comercio electrónico da empresa definidos no plan de márketing dixital.
- m) Adaptarse ás novas situacións laborais orixinadas por cambios tecnolóxicos e organizativos nos procesos produtivos, actualizando os seus coñecementos, utilizando os recursos existentes para a aprendizaxe ao longo da vida e as tecnoloxías da información e da comunicación.
- n) Actuar con responsabilidade e autonomía no ámbito da súa competencia, organizando e desenvolvendo o traballo asignado, cooperando ou traballando en equipo con outros profesionais no ámbito de traballo.
- ñ) Resolver de xeito responsable as incidencias relativas á súa actividade, identificando as súas causas dentro do ámbito da súa competencia e autonomía.
- o) Comunicarse eficazmente, respectando a autonomía e a competencia das persoas que interveñen no ámbito do seu traballo.
- p) Aplicar os protocolos e as medidas preventivas de riscos laborais e protección ambiental durante o proceso produtivo, para evitar danos nas persoas e no contorno laboral e ambiental.
- q) Aplicar procedementos de calidade e de accesibilidade e deseño universais nas actividades profesionais incluídas nos procesos de produción ou prestación de servizos.

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	O plan de márketing dixital.	Aplicar as directrices do plan de márketing dixital da empresa, participando na súa execución e na súa sustentación.	30	20
2	Páxinas web: creación e mantemento.	Realizar o mantemento da páxina web corporativa, da tenda electrónica e do catálogo en liña, utilizando aplicacións informáticas e linguaxes específicas.	30	20
3	Relacións con outros usuarios da Rede. As redes sociais.	Establecer foros de comunicación entre persoas usuarias, utilizando as redes sociais de ámbito empresarial.	20	15
4	O entorno Web 2.0.	Utilizar contornos de traballo dirixidos ao usuario final (Web 2.0), integrando ferramentas informáticas e recursos da internet.	16	10
5	O comercio electrónico.	Coñecer as operacións comerciais esenciais no ámbito do comercio electrónico. Realizar as accións necesarias para efectuar vendas en liña, aplicando as políticas de comercio electrónico definidas pola empresa.	21	15
6	A tenda virtual.	Crear un negocio no entorno dixital. Realizar as accións necesarias para efectuar vendas en liña, aplicando as políticas de comercio electrónico definidas pola empresa.	30	20

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

N.º	Título da UD	Duración
1	O plan de márketing dixital.	30

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA1 - Aplica as directrices do plan de márketing dixital da empresa, participando na súa execución e na súa sustentación	SI

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

Criterios de avaliación
CA1.1 Examináronse as características xerais e particulares dun plan de márketing dixital capaz de alcanzar os obxectivos comerciais da empresa
CA1.2 Executáronse os procesos de posicionamento e márketing en liña

Criterios de avaliación
CA1.3 Executáronse os procesos de publicidade e promoción en liña axustados á normativa legal
CA1.4 Identificáronse os elementos que configuran o márketing de buscadores
CA1.5 Avaliáronse os desafíos do márketing electrónico: confianza nos medios de pagamento, problemas loxísticos e seguridade
CA1.6 Xestionáronse electronicamente as relacións coa clientela, definindo o programa de fidelización e as ferramentas que se vaian utilizar
CA1.7 Recoñecéronse as novas tendencias de comunicación e relación coa clientela no márketing dixital

4.1.e) Contidos

Contidos
<p>Plan de márketing dixital.</p> <p>OMárketing relacional e xestión da relación coa clientela (CRM).</p> <p>"Cross marketing".</p> <p>Márketing viral.</p> <p>Márketing 1x1.</p> <p>Aplicacións do "mobile marketing", TDT, etc.</p> <p>Televisión en internet, videoblogs, televisión na web, etc.</p> <p>Inscripción en buscadores e en directorios especializados.</p> <p>Características específicas da clientela en liña.</p> <p>Boletíns electrónicos enviados con "e-mail marketing".</p> <p>Deseño de blogs corporativos: modalidades.</p> <p>Márketing en buscadores: SEM, SEO e campañas en páxinas afíns.</p> <p>Normativa sobre comunicacións electrónicas e privacidade.</p> <p>Pagamentos con diñeiro electrónico e pagamentos en liña.</p>

Contidos
Márketing de afiliación. Comparadores de prezos.

4.2.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
2	Páxinas web: creación e mantemento.	30

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA2 - Realiza o mantemento da páxina web corporativa, a tenda electrónica e o catálogo en liña, utilizando aplicacións informáticas e linguaxes específicas	SI

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

Criterios de avaliación
CA2.1 Redactáronse sentencias en linguaxe de etiquetas de hipertexto (HTML)
CA2.2 Utilizáronse programas comerciais para crear os ficheiros que compoñen as páxinas web
CA2.3 Rexistrouse o enderezo de páxinas web con dominio propio ou con aloxamento gratuito
CA2.4 Enviáronse os ficheiros web creados ao servidor de internet mediante programas especializados nesta tarefa
CA2.5 Utilizáronse programas específicos de inclusión de textos, imaxes e son
CA2.6 Construíuse unha páxina web eficiente para o comercio electrónico
CA2.7 Incluíronse na web ligazóns de interese capaces de xerar tráfico orientado e interesado no que se ofrece

4.2.e) Contidos

Contidos
<p>Estruturar unha páxina web corporativa.</p> <p>0Zonas quentes e zonas de usuario/a.</p> <p>O carro da compra en liña.</p> <p>Linguaxe HTML.</p> <p>Creación de páxinas web cos editores web máis usuais.</p> <p>Elección do servidor para aloxar páxinas web.</p> <p>Publicación de páxinas web vía FTP.</p> <p>Alta en buscadores.</p> <p>Programas de deseño gráfico e outras utilidades para a web.</p> <p>Catálogo en liña.</p> <p>Fluxos de caixa e financiamento da tenda en liña.</p>

4.3.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
3	Relacións con outros usuarios da Rede. As redes sociais.	20

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA3 - Establece foros de comunicación entre persoas usuarias, utilizando as redes sociais de ámbito empresarial	SI

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

Criterios de avaliación
CA3.1 Utilizáronse programas web para manter conversas de texto
CA3.2 Manexáronse aplicacións de mensaxaría instantánea
CA3.3 Aplicáronse sistemas de comunicación oral que utilizan só son, ou son e imaxe
CA3.4 Propuxéronse temas de contido profesional a través de blogs temáticos
CA3.5 Establecéronse contactos sobre temas concretos a través de blogs temáticos de contido profesional
CA3.6 Efectuáronse comunicacións, publicidade e vendas con outras persoas usuarias da rede a través de redes sociais
CA3.7 Xeráronse contidos audiovisuais e fotográficos da actividade, produtos e procesos comerciais

4.3.e) Contidos

Contidos
<p>Grupos de conversa ou chat: programas IRC e webchat.</p> <p>Utilizar elementos fotográficos e audiovisuais nunha páxina dunha rede social.</p> <p>Engadir aplicacións profesionais a unha páxina.</p> <p>Cómo buscar un grupo interesante.</p> <p>Crear unha rede de contactos influentes.</p> <p>Comprar e vender en redes sociais.</p> <p>Servizo de mensaxaría instantánea.</p> <p>Telefonía por internet.</p> <p>Foros: lectura e escritura.</p>

Contidos
<p>Grupos de discusión.</p> <p>Redes sociais.</p> <p>Weblogs, blogs ou bitácoras.</p> <p>Redes sociais para empresas.</p> <p>Engadir elementos a unha páxina dunha rede social.</p>

4.4.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
4	O entorno Web 2.0.	16

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA4 - Utiliza contornos de traballo dirixidos ao usuario final (Web 2.0), integrando ferramentas informáticas e recursos de internet	SI

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

Criterios de avaliación
CA4.1 Definíronse os modelos e funcionalidades Web 2.0. existentes na rede
CA4.2 Utilizáronse os recursos gratuítos e libres incluídos nos sitios Web 2.0
CA4.3 Aplicáronse os resultados obtidos no contorno Web 2.0 mediante a información proporcionada polas persoas usuarias
CA4.4 Realizáronse as tarefas necesarias para que a empresa estea presente, ademais de no seu propio sitio web, en buscadores, redes sociais, blogs, chats, foros, etc
CA4.5 Seleccionáronse as accións necesarias para integrar o comercio electrónico con funcionalidades propias da Web 2.0

4.4.e) Contidos

Contidos
<p>Concepto e características.</p> <p>Funcionalidades: opinións e foros de persoas usuarias.</p> <p>Reputación corporativa en liña.</p> <p>Obxectivos.</p> <p>Ferramentas do márketing en liña utilizadas na Web 2.0.</p> <p>Webs integradas.</p> <p>Redes sociais que integran as persoas consumidoras como prescritores/as.</p> <p>Persoas consumidoras como participantes activos/as (prosumidores/as); opinións doutras persoas, ofertas cruzadas, comparativas, etc.</p> <p>Posta en práctica de estratexias de seguridade informática.</p>

4.5.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
5	O comercio electrónico.	21

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA1 - Realiza as accións necesarias para efectuar vendas en liña, aplicando as políticas de comercio electrónico definidas pola empresa	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 Establecéronse os parámetros necesarios para crear ou adaptar un negocio en liña

Criterios de avaliación

CA1.2 Definíronse accións de captación de clientela enfocadas ao comercio electrónico

CA1.3 Identificáronse os modelos de negocio convencionais e electrónicos existentes na rede

4.5.e) Contidos
Contidos

Negocios electrónicos: tenda en liña, correo electrónico, e-procurement, comercio electrónico, poxa electrónica, etc.

Selección e rexistro de dominio.

Modelos de negocio dixital: portais horizontais, B2B, B2C, etc. Características e modelo económico.

A reclamación como instrumento de fidelización da clientela.

Períodos de reflexión e cancelacións.

4.6.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
6	A tenda virtual.	30

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA1 - Realiza as accións necesarias para efectuar vendas en liña, aplicando as políticas de comercio electrónico definidas pola empresa	NO

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

CA1.4 Deseñouse unha tenda virtual

Criterios de avaliación

CA1.5 Planificouse a xestión dos pedidos recibidos e todo o proceso loxístico

CA1.6 Establecéronse os medios de pagamento que se vaian utilizar

CA1.7 Seleccionáronse os sistemas de seguridade que garantan a privacidade e a invulnerabilidade das operacións

4.6.e) Contidos**Contidos**

Idea e deseño dunha tenda virtual.

0Seguridade nas transaccións electrónicas: cifraxa, sinatura dixital, certificados dixitais e DNI electrónico.

Encriptación.

Catálogo de produtos en liña.

Escaparate web. Catálogo electrónico.

Control loxístico das mercadorías vendidas en liña.

Medios de pagamento electrónico.

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

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.

CRITERIOS DE CUALIFICACIÓN: Os procedementos de avaliación que se aplicarán poderán ser:

a. Probas de coñecementos:

- i. Poden consistir en exames escritos con preguntas curtas e/ou a desenvolver, cuestionarios tipo test ou supostos prácticos.
- ii. Conterán instrucións de realización con indicación de tempos máximos para realízalas e a cualificación máxima por preguntas ou apartados.
- iii. Nos cuestionarios tipo test se indicará que a nota mínima é dun 5. Tendo en conta que se penalizan as preguntas mal contestadas.
- iv. Para os exames escritos con preguntas a desenvolver ou supostos prácticos empréganse modelos de solución (padróns) graduados do seguinte xeito: pregunta completa 100% da cualificación, pregunta case completa 75% da cualificación, pregunta aceptable (mínimo) 50% da cualificación, pregunta incompleta 25% da cualificación, pregunta moi incompleta 5% da cualificación. Unha proba de coñecementos non realizada inxustificadamente, suporá volvela realizar no período de actividades de recuperación correspondente.
- v. 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.
- vi. En cada período de avaliación parcial (decembro, marzo) este tipo de probas terá un peso do 60% 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:

- i. Poden consistir en traballos de investigación, memorias, fichas, plans, obxectos e defensas orais tanto en grupo como individuais.
- ii. Conterán indicacións/instrucións precisas sobre como presentalas, os formatos de presentación, o xeito de presentación (correo electrónico, aula virtual), de debe ser defendido, os prazos de presentación, as penalizacións por presentacións 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.
- iii. Cualifícanse con táboas de indicadores (rúbricas) con catro niveis de logro: completo/excelente 100% da cualificación do indicador de que se trate; case completo/bo 75%; aceptable (mínimo) 50% e insuficiente do 0% ao 40%).
- iv. 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.
- v. 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.
- vi. 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.
- vii. En cada período de avaliación este tipo de probas terá un peso do 40% 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 corríxilos.

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

1. O alumnado perde a avaliación continua cando ten un 10% de faltas de asistencia sen xustificar ou un 15% xustificadas como máximo.
2. Elaborarase unha proba combinada que permita cualificar os CA do módulo. Conterá instrucións de realización con indicación de tempos máximos para realízalas e a cualificación máxima por preguntas ou apartados. Consistirá nunha proba de coñecementos por escrito con dúas partes: un cuestionario e casos prácticos.
3. O alumnado non terá que examinarse das partes superadas antes da perda da avaliación continua. Ou sexa, estarán exentos de contestar aquelas partes da proba que conteña casos prácticos relacionados con esas partes superadas. Esta exención lle será comunicada individualmente ás persoas alumnas.
4. O cuestionario de preguntas curtas ou tipo test conterá o número suficiente de preguntas para poder avaliar os CAs do módulo. Deberán estar ben contestadas o 50% das preguntas do cuestionario para ter unha avaliación positiva nesta parte. No cuestionario tipo test penalizan as preguntas mal contestadas.
5. A parte de casos prácticos consistirá nun número suficiente deles que permita avaliar os CAs do módulo que serán corríxidos con táboas de indicadores con catro niveis de logro: completo/excelente 100% da cualificación do indicador de que se trate; case completo/bo 75%; aceptable (mínimo) 50% e insuficiente do 0% ao 40%).
6. O cuestionario ponderará un 30% e os casos prácticos un 70% da cualificación final da proba. Cada parte será avaliada sobre 10 puntos e non se dará a proba por superada se en cada parte non se obtén como mínimo 4 puntos sobre 10.

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:
 - i. Planificación do traballo docente.
 - ii. Programación de unidades didácticas.
 - iii. Programación de actividades e tarefas.
 - iv. Tratamento da atención á diversidade e da transversalidade.
 - b. Actividades de aula:
 - i. Metodoloxía desenvolvida.
 - ii. Motivación para a aprendizaxe.
 - iii. Potenciación da autonomía no proceso de ensino-aprendizaxe.
 - iv. Coordinación co resto do equipo docente.
 - v. O clima na aula e resolución de conflitos.
 - vi. Traballo en equipo.
 - vii. Actividades desenvolvidas variadas facendo un papel docente-guía.
 - viii. Utilización dos recursos do contexto para reforzar o proceso EA.
 - ix. Atención á diversidade.
 - x. Inclusión da transversalidade nas actividades.
 - c. Avaliación:
 - i. Instrumentos utilizados para facer a avaliación inicial e o seu rexistro.
 - ii. Instrumentos utilizados para a avaliación continua e o seu rexistro.
 - iii. Procedemento utilizado para a avaliación final.
 - iv. Coavaliación e autoavaliación, se proceden.
 - v. Desenvolvemento das actividades de recuperación.
 - vi. Información proporcionada sobre a avaliación e a cualificación.
 - d. Formación:
 - i. Formación desenvolvida formal.
 - ii. 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

A avaliación inicial ten como obxectivo identificar os coñecementos, destrezas e competencias previas coas que conta o alumnado antes de comezar a traballar os contidos do módulo. Consideraranse os estudos previos, a experiencia profesional e as vivencias en relación aos contidos de cada unidade.

Procedementos para a realización da avaliación inicial:

- Ao inicio de curso, o profesor coordinarase co titor do curso e con outros profesores que traballen co grupo para recoller información sobre os coñecementos previos do alumnado.
- Valorará a información dos informes individualizados de avaliación da etapa anteriormente cursada e consultará co departamento de Orientación en caso de detectar alumnos con necesidades educativas especiais ou que requiran apoio educativo específico
- En cada Unidade Didáctica realizarase un suposto práctico ou un cuestionario inicial que indique o nivel de coñecementos do alumnado a respecto da materia a impartir, téndoo en conta para adecuar os medios didácticos a utilizar.

Estes procedementos pretenden obter información das competencias clave 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 humanos. 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
- Tarefas 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. Respeto das condicións de competencia.
7. Transferencia de tecnoloxía: respecto licenzas e patentes.
8. Preservación do Medio Ambiente. A sustentabilidade.
9. Promoción da igualdade de xénero.
10. Reforzo do respecto dos Dereitos Fundamentais. A protección de datos persoais.
11. Deontoloxía profesional.
12. Identidade dixital: netiqueta.

9.b) Actividades complementarias e extraescolares

Para o presente curso preténdese realizar, como vén sendo habitual en cursos pasados, algunhas actividades que acheguen o alumnado ao mundo da empresa.

Neste sentido, poderán ser organizadas polo profesor ou profesora, en colaboración do Departamento de Comercio e Marketing e a Dirección do Centro.