

1. Identificación da programación
Centro educativo

Código	Centro	Concello	Ano académico
15026376	Punta Candieira	Cedeira	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 de adultos

Módulo profesional e unidades formativas de menor duración (*)

Código MP/UF	Nome	Curso	Sesións semanais	Horas anuais	Sesións anuais
MP1235	Comercio electrónico	2024/2025	5	123	147
MP1235_12	Comunicación, promoción e redes sociais	2024/2025	5	80	96
MP1235_22	Venda en liña	2024/2025	5	43	51

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

Profesorado responsable

Profesorado asignado ao módulo	CLAUDIO REY BARCIA
Outro profesorado	

Estado: Pendente de supervisión inspector

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

Este currículo toma como base o Decreto 49/2016 polo que se establece o currículo do ciclo formativo de grado medio correspondente ó título de técnico en Actividades Comerciais.

Na Comarca de Ferrolterra temos un amplo catálogo de empresas que requiren o perfil de Técnico en Actividades Comerciais, deste xeito as persoas que obteñan este título han exercer a súa actividade en calquera sector produtivo dentro da área de comercialización ou nas seccións de establecementos comerciais, realizando actividades de venda de produtos e/ou servizos a través de diversas canles de comercialización, ou ben realizando funcións de organización e xestión do seu propio comercio.

Trátase de traballadores e traballadoras por conta propia que xestionan un pequeno comercio ou unha tenda tradicional, ou por conta allea que exercen a súa actividade nos departamentos ou nas seccións de comercialización de calquera empresa ou organización, en diversos subsectores:

- En establecementos comerciais pequenos, medianos ou grandes, traballando por conta allea en diferentes seccións comerciais.
- Na comercialización de produtos e servizos por conta propia e allea, fóra do establecemento comercial.
- No departamento comercial de pequenas e medianas empresas (PME) e empresas industriais.
- No departamento de atención á clientela e ás persoas consumidoras e usuarias de organismos públicos.
- En empresas industriais e comerciais grandes e medianas.
- No sector do comercio polo miúdo.

As ocupacións e os postos de traballo máis salientables son os seguintes:

- ¿ Vendedor/ora.
- ¿ Vendedor/ora técnico/a.
- ¿ Representante comercial.
- ¿ Orientador/ora comercial.
- ¿ Promotor/ora.
- ¿ Televendedor/ora.
- ¿ Vendedor/ora a distancia.
- ¿ Teleoperador/ora (en "call centers").
- ¿ Axente de información e atención á clientela.
- ¿ Caixeiro/a ou repoñedor/ora.
- ¿ Operador/ora de "contact centers".
- ¿ Administrador/ora de contidos en liña.
- ¿ Comerciante de tenda.
- ¿ Xerente de pequeno comercio.

- ¿ Técnico/a en xestión de existencias e almacén.
- ¿ Xefe/a de almacén.
- ¿ Responsable de recepción de mercadorías.
- ¿ Responsable de expedición de mercadorías.
- ¿ Técnico/a en loxística de almacéns.
- ¿ Técnico/a de información e atención á clientela en empresas.

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.	22	15
2	O plan de márketing dixital		28	15
3	A páxina web		26	15
4	Os contornos Web 2.0		20	15
5	Formación en empresa.	Formación curricular que se adquirirá na empresa.	0	0
6	Venda en liña		51	40

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

N.º	Título da UD	Duración
1	Formación en empresa.	22

4.1.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

4.1.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

4.1.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>

4.2.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
2	O plan de márketing dixital	28

4.2.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

4.2.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
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

Criterios de avaliación

CA1.7 Recoñecerónse as novas tendencias de comunicación e relación coa clientela no márketing dixital

4.2.e) Contidos

Contidos

Plan de márketing dixital.

0Márketing relacional e xestión da relación coa clientela (CRM).

"Cross marketing".

Márketing viral.

Márketing 1x1.

Aplicacións do "mobile marketing", TDT, etc.

Televisión en internet, videoblogs, televisión na web, etc.

Inscrición en buscadores e en directorios especializados.

Características específicas da clientela en liña.

Boletíns electrónicos enviados con "e-mail marketing".

Deseño de blogs corporativos: modalidades.

Márketing en buscadores: SEM, SEO e campañas en páxinas afíns.

Normativa sobre comunicacións electrónicas e privacidade.

Pagamentos con diñeiro electrónico e pagamentos en liña.

Márketing de afiliación. Comparadores de prezos.

4.3.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
3	A páxina web	26

4.3.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

4.3.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 gratuíto
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

4.3.e) Contidos

Contidos
Estruturar unha páxina web corporativa.
0Zonas quentes e zonas de usuario/a.
O carro da compra en liña.

Contidos
<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>

4.4.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
4	Os contornos Web 2.0	20

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

Criterios de avaliación

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

Concepto e características.

Funcionalidades: opinións e foros de persoas usuarias.

Reputación corporativa en liña.

Obxectivos.

Ferramentas do márketing en liña utilizadas na Web 2.0.

Webs integradas.

Redes sociais que integran as persoas consumidoras como prescritores/as.

Persoas consumidoras como participantes activos/as (prosumidores/as): opinións doutras persoas, ofertas cruzadas, comparativas, etc.

Posta en práctica de estratexias de seguridade informática.

4.5.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
5	Formación en empresa.	0

4.6.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
6	Venda en liña	51

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	SI

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 Establecéronse os parámetros necesarios para crear ou adaptar un negocio en liña
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
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.

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

Catálogo de produtos en liña.

Selección e rexistro de dominio.

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

Escaparate web. Catálogo electrónico.

Control loxístico das mercadorías vendidas en liña.

A reclamación como instrumento de fidelización da clientela.

Medios de pagamento electrónico.

Períodos de reflexión e cancelacións.

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

A formación do módulo contribúe a alcanzar os obxectivos xerais do ciclo formativo, e as competencias asociadas.

Os MÍNIMOS EXIXIBLES son os sinalados no apartado 4.c. desta programación.

CRITERIOS DE CUALIFICACIÓN:

A avaliación en CADA TRIMESTRE constará de dúas partes diferenciadas ; a valoración dunha proba escrita e a valoración dos exercicios ou traballos tal e como se especifican a continuación:

1. Proba escrita: valoraranse de forma escrita mediante exame as distintas unidades didácticas. O peso da proba escrita é dun 80% sobre o total da nota final. Realizarase como mínimo un examen por avaliación aínda que, se por motivos pedagóxicos e didácticos se considerase máis axeitado, o docente poderá realizar dous ou máis exames en cada avaliación.

2. Valoración dos exercicios e traballos: os traballos e/ou entrega dos exercicios contarán un 20% da calificación final.

A valoración dos traballos e exercicios propostos para entregar será dun máximo de (10puntos) e un mínimo de (0 puntos). Os traballos e exercicios non entregados ou copiados valoraranse con 0 puntos e os traballos entregados fora de prazo sen xustificación algunha (Ata un máximo de 2 días fora de prazo) será puntuado como máximo coa metade da súa puntuación máxima. Pasado ese tempo a nota será de 0 puntos.. Para o cálculo da nota deste apartado, farase unha media aritmética entre as notas acadadas e o número de traballos do trimestre.

Para a avaliación destes traballos terase en conta os seguintes aspectos:

- Claridade na presentación dos contidos.
- Claridade na redacción dos contidos (información axeitada, emprego de contidos relacionados co tema tratado, corrección ortográfica e léxica,..)
- Coherencia interna do discurso.

O alumno acadará, en cada avaliación do trimestre, unha valoración positiva se dos cómputos anteriores obtén unha puntuación media do 50% (5 en base 10).

A VALORACIÓN FINAL deste módulo será o promedio da calificación de cada avaliación.

O MÓDULO considerárase SUPERADO se en todas as avaliacións a nota é igual ou superior a 5.

--As avaliacións non superadas poderán ser recuperadas nos exames fixados polo profesor que abarquen os contidos mínimos das partes que teña suspensas, así como entregar os pertinentes traballos que o docente estime axeitados. proba obxectiva final. Nesta proba só é necesario recuperar as partes non superadas

durante o curso.

-Se, a pesares do proceso de recuperación, algún alumno/a non superase unha avaliación, terá dereito a realizar unha proba obxetiva final que englobe os contidos mínimos das avaliacións que teña pendentes de superación.

-A nota final será a media das notas trimestrais. Estas notas trimestrais estarán modificadas en función das notas obtidas nas partes recuperadas na proba obxectiva final, sendo necesario ter un mínimo de 5 para superar o módulo.

As notas do boletín trimestral redondearase ao enteiro inferior, se éste é inferior ou igual a 0,75 mentras que os superiores a 0,75 redondearase ao enteiro superior. A nota final será a media das notas trimestrais sen redondeo. O redondeo farase na nota resultante da media.

Se durante a realización de calquera das probas obxectivas (sexa de avaliación ou de recuperación) , o alumno ou alumna presentase algún comportamento sospeitoso de estar empregando medios ilícitos para a superación da proba (tales como movementos inadecuados, falar con compañeiros ou compañeiras, emprego de chuletas ou similares, móbil acendido durante a realización do exame,..) poderá serlle retirado o exame nese momento. Dito exame non será cualificado (e dicir, a nota será 0).

6. Procedemento para a recuperación das partes non superadas

6.a) Procedemento para definir as actividades de recuperación

Durante o período ordinario, para a recuperación de cada avaliación non superada, programaranse actividades e traballos de forma personalizada que permitan ao alumno/a adquirir as capacidades ou destrezas non acadadas e cumprir os mínimos esixibles.

ACTIVIDADES DE RECUPERACIÓN :

O/a alumno/a que non supere unha avaliación parcial, poderá presentarse ós exames fixados polo profesor/a que abarquen os contidos mínimos das partes que teña suspensas, así como entregar os pertinentes traballos que o docente estime axeitados.

Se, a pesares do proceso de recuperación, algún alumno/a non superase unha avaliación, terá dereito a realizar unha proba obxetiva final no mes de setembro que englobe os contidos mínimos das avaliacións que teña pendentes de superación.

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

Na formación dual non será de aplicación este caso.

Segundo a orden de 14 de Xuño de 2018:

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

- a) Por faltas repetidas de asistencia e/ou puntualidade non xustificadas.
- b) Por actitude incorrecta, atendendo ao código disciplinario da empresa, ou por falta de aproveitamento.

(Tamén se detalla esta información na 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)

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

A orde de avaliación no seu artigo 23.5 sinala que cada departamento de familia profesional realizará cunha frecuencia mínima mensual o seguimento das programacións de cada módulo empregando a aplicación de edu.xunta/programacions, indicando grado de cumprimento e xustificación razoada no caso de desviacións.

Ademais a programación será revisada ao inicio e se entregará unha memoria final de curso. Farase un seguimento da mesma a través do alumnado, para determinar se o desenvolvemento das clases e das actividades propostas, resultaron adecuados e eficaces, e se lles permite alcanzar os obxectivos planificados, para o que se levará a cabo unha avaliación a partir de:

- Os resultados da avaliación da aprendizaxe do alumnado.
- A propia avaliación feita polo alumnado das actividades.
- Opinións do alumnado sobre o que aprenderon, o que máis lle gustou ou que lle resultou máis difícil.
- Debate entre os membros que integran o Departamento.

Estes aspectos recolleranse na memoria anual e servirán para a elaboración da programación do curso seguinte e mellorar a práctica docente.

A actividade formativa na empresa e no centro educativo será coordinada polos titores e as titoras mediante reunións de control cunha frecuencia mínima mensual, nas cales se realizará o seguimento do alumnado

8. Medidas de atención á diversidade

8.a) Procedemento para a realización da avaliación inicial

Consistirá nunha posta en común do equipo docente sobre as características xerais do grupo e as circunstancias particulares, con incidencia educativa, de determinados alumnos.

Terá por obxecto coñecer as características, capacidades do alumnado e súa formación previa, todo encamiñado a tomar as medidas de reforzo que se estimen oportunas

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

Cando a análise da marcha dun estudante determine dificultades para o seguimento, darase un apoio educativo personalizado determinando aqueles contidos nos que ten máis dificultades propoñendo traballos e actividades de reforzo que lle permitan acadar os contidos mínimos propostos nesta programación didáctica.

9. Aspectos transversais

9.a) Programación da educación en valores

Facer fincapé nos valores de igualdade, tolerancia e cumprimento da legalidade no que respecta ás actividades profesionais. Transmitiranse valores cívicos que fagan que os alumnos teñan maior conciencia de cidadán e saiban comportarse de forma adecuada posteriormente no mundo profesional.

Farase especial fincapé no uso do teléfono privado ou do da empresa para temas particulares e da utilización adecuada das redes sociais en horas de traballo que será sempre por temas exclusivos da empresa.

É importante sinalar que ao longo do módulo se traballará coa educación en valores non só a través do traballo con actitudes recollidas no currículo do módulo, senón a través de distintos contidos inherentes ao noso traballo de aula-taller-obradoiro, para este módulo podemos destacar:

Educación para a igualdade: Estará sempre presente, xa que, en ningún momento se fará diferenza entre o noso alumnado por causa do seu sexo, raza, crenzas ou calquera outra característica de diferenciación entre as persoas.

Educación ambiental: É fundamental fomentar o respecto ao medio ambiente e mesmo fomentar o correcto emprego dos medios de que se dispoñen desperdiciar papel, consumo de auga, electricidade, etc., insistir na reciclaxe e na conservación.

Educación para a saúde: É importante adquirir bos hábitos posturais no traballo, así como uns adecuados hábitos de saúde e limpeza ou unha adecuada hixiene ocular ou visual nun sistema educativo e laboral onde os ordenadores toman cada día un papel máis importante, sen esquecer que a nivel profesional (tendo en conta as situacións en que exercerán o seu traballo) deben ter en conta a súa saúde persoal e a do usuario como elementos cotiás do seu emprego.

Educación para a convivencia: Procurarase a resolución de conflitos fomentando o diálogo baseado no respecto, e, procurando atopar solucións de consenso de xeito democrático. Por exemplo: achegas de propostas ou ideas á hora de fixar condicións de entrega de traballos, datas de probas, etc.

Educación do consumidor: Fomentando entre os alumnos un consumo responsable, tanto dos seus propios materiais como os do centro e o ciclo (aula, material informático, talleres,...)

Interculturalidade: Traballando dende o principio o respecto ás distintas culturas e xeitos de entender o mundo; entendendo isto como un

enriquecemento; sinalar a este respecto, a cada vez máis frecuente presenza nas nosas aulas de alumnos doutras culturas que nos axudan a interpretar que non todas as realidades son iguais.

Consideraremos tamén de xeito transversal e como valor importante na Formación Profesional a orientación profesional polo carácter teórico-práctico que posúe o módulo e o ciclo, impregnando de funcionalidade cada unha das actividades que realicemos e contextualizándoas, sempre que sexa posible, no noso contorno socioeconómico.

E daremos especial importancia aos seguintes aspectos:

- Asistencia e puntualidade, calquera das dúas trae consigo a perda de contidos e de traballo, o que suporá un retraso no proceso de aprendizaxe do alumno.
- Comportamento durante o desenvolvemento das clases, o respecto polos compañeiros, o profesor e o material.
- Participación activa na aula, reflectida no interese pola materia, iniciativa e capacidade para obter información con carácter autónomo.
- A claridade e a limpeza nos apuntamentos e nos exercicios elaborados polo alumno.
- Orde e pulcritude nos traballos realizados.
- Predisposición para o traballo en equipo.

9.b) Actividades complementarias e extraescolares

Faranse aquelas que se planifiquen polo Departamento de Comercio e tamén aquelas que organice o Departamento de Orientación, como cursos ou talleres impartidos polo Servizo público de emprego e por outros organismos colaboradores, de cara a orientación laboral e saídas profesionais.

10. Outros apartados

10.1) Bibliografía

Libro de texto: Comercio Electrónico. Ed Edítex Susana Jurado Cerón; Juan José Castaño Díaz
ISBN: 978-8411345132