IES MIGUEL ROMERO ESTEO – MÁLAGA. DEPARTAMENTO COMERCIO Y MARKETING

Programación del módulo

COMERCIO ELECTRÓNICO

CURSO 2026/2027

Ciclo formativo: Grado Medio Actividades Comerciales
Grupo: 2º ACO - A
Nº 1235
Horas totales: 140
Horas a la semana: 4
Profesor/a: Ana María López Fernández
Fecha de Entrega: 30 Octubre 2026
Fecha de revisiones:

Índice de la programación.

1.Competencias. ***3***

1.1.Competencia general del título: **3**

1.2.Unidades de competencia asociadas al módulo. **3**

1.3.Competencias profesionales y de empleabilidad **3**

2.Objetivos generales asociados al módulo. ***4***

2.1.Relación de los Objetivos Generales del Ciclo con los Resultados de Aprendizaje. **5**

3.Metodología, materiales y recursos didácticos utilizados. ***6***

3.1. Descripción de las actividades de enseñanza y aprendizaje. 6

3.2. Materiales y recursos didácticos utilizados. 6

4.Evaluación criterial de las competencias. Actividades, técnicas e instrumentos de evaluación. ***7***

4.1. Relación de unidades y resultados de aprendizaje. 9

RA 1 10

RA 2 11

RA 3 12

RA 4 13

RA 5 14

RA 6 15

4.2. Ponderación de los resultados de aprendizaje. 18

4.3. Actividades refuerzo y mejora de las competencias para la mejora de la calificación y superación de los módulos pendientes de evaluación positiva. 20

4.4. Instrumentos de evaluación destinados al alumnado que haya perdido el derecho a evaluación continua. 20

5.Incorporación de los contenidos de carácter transversal al currículo. ***21***

6.Medidas de atención a la diversidad y alumnado con N.E.A.E. ***21***

7.Actividades complementarias y extraescolares relacionadas con este módulo. ***23***

8.Autoevaluación. ***23***

1.Competencias.

1.1.Competencia general del título:

Queda regulada por el Artículo 4 del Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico en Actividades Comerciales y se fijan sus enseñanzas mínimas.

La competencia general de este título consiste en desarrollar actividades de distribución y comercialización de bienes y/o servicios, y en gestionar un pequeño establecimiento comercial, aplicando las normas de calidad y seguridad establecidas y respetando la legislación vigente.

1.2.Unidades de competencia asociadas al módulo.

UC0239_2: Realizar la venta de productos y/o servicios a través de los diferentes canales de comercialización.

1.3.Competencias profesionales y de empleabilidad

La formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias profesionales y de empleabilidad del Título de Técnico en Actividades Comerciales que se relacionan a continuación:

g) Realizar acciones de comercio electrónico, manteniendo la página web de la empresa y los sistemas sociales de comunicación a través de Internet, para cumplir con los objetivos de comercio electrónico de la empresa definidos en el plan de marketing digital.

m) Adaptarse a las nuevas situaciones laborales originadas por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos, actualizando sus conocimientos, utilizando los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación.

n) Actuar con responsabilidad y autonomía en el ámbito de su competencia, organizando y desarrollando el trabajo asignado, cooperando o trabajando en equipo con otros profesionales en el entorno de trabajo.

ñ) Resolver de forma responsable las incidencias relativas a su actividad, identificando las causas que las provocan, dentro del ámbito de su competencia y autonomía.

o) Comunicarse eficazmente, respetando la autonomía y competencia de las distintas personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.

p) Aplicar los protocolos y las medidas preventivas de riesgos laborales y protección ambiental durante el proceso productivo, para evitar daños en las personas y en el entorno laboral y ambiental.

q) Aplicar procedimientos de calidad, de accesibilidad universal y de «diseño para todos» en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.

2.Objetivos generales asociados al módulo.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales de este ciclo formativo que se relacionan a continuación:

k) Seleccionar datos e introducirlos en la página web de la empresa, realizando su mantenimiento y buscando un buen posicionamiento, la facilidad de uso y la máxima persuasión para realizar acciones de comercio electrónico.

l) Fomentar las interrelaciones con otros usuarios de la red, utilizando estrategias de marketing digital en las redes sociales, para realizar acciones de comercio electrónico.

q) Analizar y utilizar los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación para aprender y actualizar sus conocimientos, reconociendo las posibilidades de mejora profesional y personal, para adaptarse a diferentes situaciones profesionales y laborales.

r) Desarrollar trabajos en equipo y valorar su organización, participando con tolerancia y respeto, y tomar decisiones colectivas o individuales para actuar con responsabilidad y autonomía.

2.1.Relación de los Objetivos Generales del Ciclo con los Resultados de Aprendizaje.

O.G	RA 1	RA 2	RA 3	RA 4	RA 5
k)	X	X	X		X
l)	X	X	X	X	
q)	X	X	X	X	X
r)		X	X	X	X

3.Metodología, materiales y recursos didácticos utilizados.

Orientaciones pedagógicas recogidas en la Orden del Título en relación al módulo.

3.1. Descripción de las actividades de enseñanza y aprendizaje.

La metodología didáctica de la formación profesional, en general, promoverá en el alumno/a, mediante la necesaria integración de los contenidos de esta enseñanza, el desarrollo de sus competencias profesionales y de empleabilidad, ofreciéndole una visión global y coordinada de los procesos productivos en los que debe intervenir. Por tanto, la organización y el desarrollo de la práctica educativa se fundamenta en métodos pedagógicos que parten de la perspectiva de la profesora como orientadora, promotora y facilitadora del desarrollo autónomo en el alumnado. Se utilizarán metodologías activas, ajustándose al nivel competencial inicial del grupo y teniendo en cuenta la atención a la diversidad y el respeto por los distintos ritmos y estilos de aprendizaje, mediante prácticas de trabajo individual y cooperativo.
Adicionalmente, el alumnado irá revisando y reflexionando su propio trabajo según se avanza en el temario. De esta manera, los conocimientos adquiridos en una unidad de trabajo serán aplicados en las siguientes unidades y en las diversas situaciones planteadas a lo largo del curso. De este modo se fomenta el aprendizaje significativo, ya que se interrelaciona la nueva información con las ideas relevantes ya existentes en la estructura cognoscitiva clara para el alumnado.
En síntesis, mis principios metodológicos se centrarán en:
- Integrar la teoría y la práctica.
- Establecer una secuencia precisa entre todos los contenidos
- Promover el pensamiento creativo y, en consecuencia, el espíritu crítico
- Considerar los Resultados de Aprendizaje como el referente de los contenidos, que dan la clave para su interpretación.
- Utilizar elementos del entorno del aula y propuestos por el propio alumnado para fomentar la transferencia de conocimientos.

Las líneas de actuación en el proceso de enseñanza-aprendizaje contienen la formación necesaria para el desempeño de actividades relacionadas con la venta de productos/servicios a través de Internet.
La función de ventas por Internet incluye aspectos como:
- La colaboración en la aplicación del plan de marketing digital.
- La realización de acciones encaminadas a la venta por Internet.
- El mantenimiento de la página web de la empresa.
- La actualización en tiempo real del catálogo online de productos.
- La gestión de la tienda virtual.
- La utilización de redes sociales para potenciar las ventas.
- La inclusión de la empresa en entornos de ventas Web 2.0.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:
- La realización de ventas online.
- La confección de escaparates virtuales.
- En la programación de carritos de la compra online.
- La inclusión de nuestro comercio en redes sociales empresariales.
Descripción de las actividades de enseñanza y aprendizaje.
Las actividades de enseñanza y aprendizaje que se desarrollarán en el aula serán las siguientes:
- Aplicación de técnicas de marketing digital.
- Gestión del catálogo digital de artículos y/o servicios.
- Atención de las ventas gestionadas desde la tienda virtual.
- Utilización de aplicaciones informáticas de creación y mantenimiento de páginas web.
- Inclusión de contenidos comerciales en redes sociales.

3.2. Materiales y recursos didácticos utilizados.

Materiales utilizados en el aula:
- Equipo audiovisual y cañón de proyección.
- Ordenadores instalados en red.
- Plataforma Moodle Centros.
- Sistemas operativos entorno Windows, Paquete Office (Word, Excell, Power Point)
- Google Drive
- Wordpress y otros sitios webs de SASS para diseñar webs.
- Otras aplicaciones:
o Aplicaciones de diseño: Canva y de IA generativa, entre otros.
o Presentación estática o dinámica de datos: Google Sites, Padlet y otras sugeridas o demandadas por el alumnado.
- Libros y revistas del departamento y/o de la Biblioteca.
- Artículos de blogs y revistas especializadas.
- Vídeos educativos y demostrativos.
Se contemplan, así mismo, los siguientes materiales didácticos:
- Libro digital de texto de referencia Comercio electrónico de la editorial EDITEX.
- Contenidos de unidades de trabajo elaborados por la profesora.

- Documentación complementaria seleccionada por la profesora (noticias de actualidad, artículos relacionados con temas de interés del alumnado o relacionados con los temas transversales, extractos de películas, blogs, vídeos divulgativos)
- Perfil profesional y RRSS de la profesora para fomentar un uso responsable de las nuevas tecnologías, así como explicar las prácticas que tendrán que implementar en sus ideas de negocio.

4.Evaluación criterial de las competencias. Actividades, técnicas e instrumentos de evaluación.

En las siguientes tablas se desarrolla el sistema de evaluación de esta programación, dentro del marco legal de la Orden de 18 de septiembre de 2025, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

Se establecerán tres tipos de evaluación:

- Evaluación inicial: Refleja la situación de partida del alumnado y quedará recogido en Séneca. En este año cobrará especial atención detectar el alumnado con brecha digital.
- Dos sesiones de evaluación parcial: Indicará si se están alcanzando los objetivos educativos, y si hay que introducir correcciones. Se realizará trimestralmente. (una sesión para los grados E)
- Dos evaluaciones finales: Recogerá la situación alcanzada tras las actividades propuestas al finalizar el curso escolar. También recogerá el resultado final de los R.A. Constara

La calificación de la última evaluación previa a la evaluación final FP informará del resultado final del módulo, entendiéndose que una calificación positiva conlleva la superación de todos los resultados de aprendizaje y por consiguiente la superación del módulo.

Tal y como establece el artículo 2.4 de la citada Orden, en virtud de lo establecido del artículo 27.5 y 27.6 del Decreto 147/2025, de 17 de septiembre, en la modalidad presencial y en la parte presencial de la modalidad semipresencial, la evaluación continua de los aprendizajes requerirá la asistencia regular y obligatoria, tanto en el centro docente como en la fase de formación en empresa u organismo equiparado, de al menos el 80 por ciento de la duración total del módulo, ámbito o proyecto, a partir de la fecha en la que el alumnado se haya matriculado.

Cuando los resultados de aprendizaje se adquieran tanto en el centro docente como en la empresa u organismo equiparado, la evaluación será responsabilidad del personal docente o, en su caso, de la persona experta. En este último supuesto, la evaluación se llevará a cabo conjuntamente con la persona titular de la jefatura de departamento correspondiente o la persona titular de la dirección del centro. La persona encargada de la tutoría dual de empresa colaborará en la evaluación mediante la valoración cualitativa de las actividades desarrolladas en la empresa u organismo equiparado vinculadas a los resultados de aprendizaje que se hayan trabajado conjuntamente entre centro de formación y la empresa u organismo equiparado.

De acuerdo con la orden 18/09/2025 de Evaluación en su disposición transitoria primera, El alumnado de segundo que repita curso o haya promocionado con módulos pendientes de primer curso dispondrá hasta la finalización del curso escolar 2026/2027 para completar los estudios iniciados en el marco del Real Decreto 1147/2011, de 29 de 00326109 julio, pudiendo emplear este último curso escolar exclusivamente para cursar los módulos de Formación en Centros de Trabajo y, en su caso, proyecto.

Los módulos de Formación en Centros de Trabajo o, en su caso, Proyecto, que atenderán a lo establecido en la Orden de 28 de septiembre de 2011, por la que se regulan los módulos de Formación en Centros de Trabajo y de proyecto para el alumnado matriculado en centros docentes de la Comunidad Autónoma de Andalucía.

Para poder realizar la formación en empresa, el alumnado debe de haber superado los resultados de aprendizaje correspondientes a la prevención de riesgos laborales, así como los relativos al módulo de Itinerario Personal para la Empleabilidad I.

4.1. Relación de unidades y resultados de aprendizaje.

UD	Nombre	RA	CE	Observaciones
1ª EVALUACIÓN				
1	El Marketing Digital	RA 1	Todos	
2	El sitio web	RA 3	Todos	
2ª EVALUACIÓN				
3	El comercio electrónico	RA 2	Todos	
4	La comunicación en RED	RA 4	Todos	
3ª EVALUACIÓN				
5	Seguridad y utilización de entornos web 2.0	RA 5	Todos	

RA 1. Aplica las directrices del plan de marketing digital de la empresa, participando en su ejecución y sostenimiento

Criterios de evaluación	UNIDADES	% sobre el total MP.	Actividad/Instrumentos de evaluación.
a) Se han examinado las características generales y particulares de un plan de marketing digital capaz de alcanzar los objetivos comerciales de la empresa.	1	3,0%	TRABAJO / RÚBRICA
CEb) Se han gestionado electrónicamente las relaciones con los clientes, definiendo el programa de fidelización y las herramientas que se van a utilizar.	1	2,0%	
CEc) Se han ejecutado los procesos de posicionamiento y marketing online.	1	3,0%	
CEd) Se han identificado los elementos que configuran el marketing de buscadores.	1	3,0%	
CEe) Se han ejecutado los procesos de publicidad y promoción online ajustados a la normativa legal existente.	1	2,0%	
CEf) Se han evaluado los desafíos del marketing electrónico: la confianza en los medios de pago, los problemas logísticos y la seguridad.	1	3,29%	
CEg) Se han reconocido las nuevas tendencias de comunicación y relación con el cliente en el marketing digital.	1	2,0%	

Contenidos del RA 1:

Aplicación de las directrices del plan de marketing digital:

- Plan de marketing digital. Definición y políticas marketing digital.
- Características específicas del cliente online.
- Marketing relacional y la gestión de la relación con los clientes (CRM).
- Marketing one-to-one.
- Alta en buscadores y en directorios especializados.
- Marketing en buscadores. SEM, SEO y campañas en páginas afines. Cómo mejorar el posicionamiento en buscadores.
- Boletines electrónicos enviados con email marketing. Elaboración de un Boletín o Newsletter
- Diseño de blogs corporativos. Modalidades.
- Marketing de afiliación. Agentes y Estructura.
- Cross marketing. Estrategia de ventas cruzadas.

- Marketing viral. Definición y técnicas. Métodos de transmisión. Mail, Blogs, Redes sociales, Comunidades virtuales. - Publicidad no deseada. El spam. - Normativa sobre comunicaciones electrónicas y privacidad. Protección de Datos Personales. Normativa Básica. - Pagos con dinero electrónico y pagos en línea. Sistemas más usuales. Seguridad y Protocolos antifraude. - Aplicaciones del mobile marketing y TDT, entre otros. Banca móvil, publicidad dirigida, códigos QR, Comercio electrónico, entre otros. - Internet TV, videoblogs y web TV, entre otros.	
Evaluación: 1ª	**Objetivos generales**: K), l) y q)
Este resultado de aprendizaje se alcanza cuando, después de realizar la media ponderada de los criterios de evaluación, se consigue una nota igual o superior a 5 puntos.	

RA 2. Realiza las acciones necesarias para efectuar ventas online, aplicando las políticas de comercio electrónico definidas por la empresa

Criterios de evaluación	UNIDADES	% sobre el total MP.	Actividad/Instrumentos evaluación..
a) Se han identificado los modelos de negocio convencionales y electrónicos existentes en la red.	3	3%	TRABAJO / RÚBRICA
b) Se han establecido los parámetros necesarios para crear o adaptar un negocio online.	3	3%	
c) Se han definido acciones de captación de clientes enfocadas al comercio electrónico.	3	5%	
d) Se ha diseñado una tienda virtual.	3	9%	
e) Se han establecido los medios de pago que se van a utilizar.	3	4,71%	
f) Se han seleccionado los sistemas de seguridad que garanticen la privacidad e invulnerabilidad de las operaciones.	3	3%	
g) Se ha planificado la gestión de los pedidos recibidos y todo el proceso logístico.	3	3%	

Contenidos del RA 2:

Realización de acciones de compraventa online:

- Modelos de negocio digital. Portales horizontales, B2B y B2C, entre otros.
- Negocios electrónicos. e-shop, e-mail, e-procurement, e-marketplace y e-auction, entre otros.
- Idea y diseño de una tienda virtual. Administración y mantenimiento.
- Selección y registro de dominio.
- Escaparate web. Catálogo electrónico. Catálogo de productos online. Presupuesto y pedido.
- Medios de pago electrónicos. Tarjetas débito, crédito y monedero, Plataformas de pago. Paypal, Checkout o Money-bookets, entre otros. Otros medios.
- Seguridad en las transacciones electrónicas. Cifrado, firma digital, certificados digitales y DNI electrónico. Entidades certificadoras raíz.
- Encriptación. Protocolos de seguridad. SSL, SET, 3D Secure, entre otros.
- Control logístico de las mercancías vendidas online. Seguimiento del presupuesto, pedido, salida y recepción de mercancías.
- Períodos de reflexión y cancelaciones.
- La reclamación como instrumento de fidelización del cliente. Métodos para el tratamiento de quejas y reclamaciones on line.

Evaluación: 2ª	**Objetivos generales**: K), l), q) y r)
Este resultado de aprendizaje se alcanza cuando, después de realizar la media ponderada de los criterios de evaluación, se consigue una nota igual o superior a 5 puntos.	

RA 3. Realiza el mantenimiento de la página web corporativa, la tienda electrónica y el catálogo online, utilizando aplicaciones informáticas y lenguajes específicos

Criterios de evaluación	UNIDADES	% sobre el total MP.	Actividad/Instrumentos de evaluación.
a) Se han redactado sentencias en lenguaje de etiquetas de hipertexto (HTML).	2	1%	TRABAJO / RÚBRICA
b) Se han planificado la estructura, los contenidos, los flujos de caja, y el catálogo online de la página web corporativa.	2	2%	
c) Se han utilizado programas comerciales para crear los ficheros que componen las páginas web.	2	2%	
d) Se han utilizado programas específicos de inclusión de textos, imágenes y sonido.	2	2%	
e) Se ha construido una página web eficiente para el comercio electrónico.	2	3%	
f) Se ha registrado la dirección de páginas web con dominio propio o con alojamiento gratuito.	2	2%	
g) Se han enviado los ficheros web creados al servidor de Internet mediante programas especializados en esta tarea.	2	2%	
CEh) Se han incluido en la web enlaces de interés capaces de generar tráfico orientado e interesado en lo que se ofrece.	2	3%	

Contenidos del RA 3:

Realización del mantenimiento de la página web:

- Lenguaje HTML. Introducción. Etiquetas básicas. Editores HTML.
- Estructurar una página web corporativa. Contenidos. o Zonas calientes y zonas de usuario.

o Flujos de caja y financiación de la tienda online.

o Catálogo online. Planificación, edición, verificación, procesado y mantenimiento.

o El carrito de la compra online.

- Creación de páginas web con los editores web más usuales. El estilo y el formato. El color y el diseño web. Trabajar con imágenes. Crear hipervínculos y páginas interactivas. Trabajar con formularios. Agregar contenido multimedia.
- Programas de diseño gráfico y otras utilidades para la web.
- Publicación en la web.

o Elección del servidor para alojar páginas web. Dirección propia de pago o gratuita.

o Publicación de páginas web vía FTP.

- Visibilidad en Internet.

o Alta en buscadores.

o Link Building-estrategia de links o enlaces.

Evaluación: 1ª	**Objetivos generales**: K), l), q) y r)
Este resultado de aprendizaje se alcanza cuando, después de realizar la media ponderada de los criterios de evaluación, se consigue una nota igual o superior a 5 puntos.	

RA 4. Establece foros de comunicación entre usuarios, utilizando las redes sociales de ámbito empresarial

Criterios de evaluación	UNIDADES	% sobre el total MP.	Actividad/Instrumentos de evaluación.
a) Se han utilizado programas web para mantener cibercharlas de texto.	4	1%	TRABAJO / RÚBRICA
b) Se han manejado aplicaciones de mensajería instantánea.	4	2%	
c) Se han aplicado sistemas de comunicación oral que utilizan solo sonido o sonido e imagen.	4	2%	
d) Se han utilizado foros en la red.	4	2%	
e) Se han identificado los elementos que configuran el mapa de medios sociales.	4	2%	
f) Se han establecido contactos sobre temas concretos a través de blogs temáticos de contenido profesional.	4	2%	
g) Se han examinado las características de las redes sociales generalistas y profesionales.	4	2%	
h) Se han efectuado comunicaciones, publicidad y ventas con otros usuarios de la red a través de redes sociales.	4	2%	
i) Se han generado contenidos audiovisuales y fotográficos de la actividad, productos y procesos comerciales.	4	2%	

Contenidos del RA 4:

Establecimiento de relaciones con otros usuarios de la red:

- Los grupos de conversación o chat. Programas IRC y programas webchat.
- Servicio de mensajería instantánea. Aplicaciones. Mensajería instantánea multiplataforma.
- Telefonía por Internet. Aplicaciones más utilizadas. Videoconferencia.
- Los foros. Leer y escribir en un foro. o Los grupos de discusión.

o Cómo buscar un grupo interesante.

- Mapa de Medios Sociales (Social Media). Clasificación.
- Weblogs, blogs o bitácoras. Tipos de Blogs temáticos.
- Redes sociales.

o Redes sociales generalistas. Microblogs.

o Redes sociales para empresas. Crear una red de contactos influyentes. Red de contactos profesionales. o Añadir elementos a una página de una red social. Crear perfiles. Mensajes en el muro. o Utilizar elementos fotográficos y audiovisuales en una página de una red social. o Añadir aplicaciones profesionales a una página. o Comprar y vender en redes sociales. Clubs de compras.	
Evaluación: 2ª	**Objetivos generales**: l), q) y r)
Este resultado de aprendizaje se alcanza cuando, después de realizar la media ponderada de los criterios de evaluación, se consigue una nota igual o superior a 5 puntos.	

RA 5.Utiliza entornos de trabajo dirigidos al usuario final (Web 2.0), integrando herramientas informáticas y recursos de Internet

Criterios de evaluación	UNIDADES	% sobre el total MP.	Actividad/Instrumentos de evaluación.
a) Se han definido los modelos y funcionalidades Web 2.0. existentes en la red.	5	2%	DUAL
b) Se han seleccionado las acciones necesarias para integrar el comercio electrónico con funcionalidades propias de la Web 2.0.	5	2%	
c) Se han aplicado los resultados obtenidos en el entorno Web 2.0 mediante la información (feedback) proporcionada por los usuarios.	5	2%	
d) Se han utilizado los recursos gratuitos y libres incluidos en los sitios Web 2.0.	5	3%	
e) Se han utilizado un conjunto importante de aplicaciones que Internet nos brinda como herramientas del Marketing Digital en la web 2.0.	5	3%	
f) Se han realizado las tareas necesarias para que la empresa esté presente, además de en su propio sitio web, en buscadores, redes sociales, blogs y chats y foros, entre otros.	5	3%	
g) Se han implementado estrategias de seguridad para la web 2.0.	5	2%	

Contenidos del RA 5:

Utilización de entornos Web 2.0:

- La web 2.0. Concepto y características.
- Objetivos que hay que alcanzar. Transparencia, utilidad, participación y fidelización.
- Funcionalidades. Opiniones y foros de usuario. Feedback de la información.
- Reputación corporativa online. Estrategias y acciones para una campaña de reputación.
- Herramientas del marketing online utilizadas en la Web 2.0. Marketing en medios sociales (SMM). Mail. Foros. Blog/Weblogs. Páginas web editadas por muchos usuarios (Wikis). Banner. Adserver. Widget. Gadget. Contenidos actualizados (RSS).XML. Vídeo. Podcast.
- Webs integradas. Comparadores de precios, webs de subastas, sistemas para opinar sobre productos, entre otras.
- Redes sociales que integran a los consumidores como prescriptores.
- Los consumidores como participantes activos (prosumidores), opiniones de otros compradores, ofertas cruzadas y comparativas, entre otras.

- Implementación de estrategias de seguridad informática. Robo de datos, suplantación de identidad y tecnologías antimalware.	
Evaluación: 3ª	**Objetivos generales**: K), q) y r)
Este resultado de aprendizaje se alcanza cuando, después de realizar la media ponderada de los criterios de evaluación, se consigue una nota igual o superior a 5 puntos.	

(*) Para ver la relación de actividades se pueden consultar en el programa formativo.

Actividades, técnicas e instrumentos de evaluación que van a ser usados por el departamento de comercio y marketing.

En las tablas se desarrollan los que van a ser usados por el docente en el módulo.

Actividad de evaluación	**Técnicas de evaluación**	**Instrumentos de evaluación**
Prueba escrita	Escrita	Plantilla corrección
Caso práctico	Ejecución práctica	Rúbricas
Exposición oral	Observación	Guía de Evaluación
Trabajo	Ejecución oral	Observación
Examen	Escrita	Solucionario

MEDIOS	**Escritos** Ensayo Examen Foro virtual Carpeta o dossier Memoria Carpeta colaborativa Monografía Control (examen) Informe Cuaderno de campo Diario reflexivo diario de clase Cuestionario Estudio de casos Portafolio Poster Proyecto Prueba objetiva Recensión Test de diagnóstico Trabajo escrito	**Orales** Exposición Discusión grupal Mesa redonda Pregunta de clase Debate Ponencia Presentación oral Comunicación Cuestionario oral	**Prácticos** Práctica supervisada Demostración, actuación o representación Role-playing
TÉCNICAS	**El estudiante NO interviene** • Análisis documental y de producciones: revisión trabajos individuales y grupales	**El estudiante participa** • Evaluación compartida o colaborativa (entrevista entre profesor y estudiantes)	

	• Observación: directa del estudiante y del grupo, sistemática, análisis de grabación de audio o video.	• Autoevaluación (autorreflexión y/o el análisis documental). • Evaluación entre pares (análisis documental y/o la observación).
Instrumentos	Diario del profesor Escala de comprobación Escala de diferencial semántico Escala verbal o numérica Escala descriptiva o rúbrica Escala de estimación Ficha de observación Lista de control Matrices de decisión Fichas de seguimiento individual o grupal Fichas de autoevaluación Fichas de evaluación entre iguales Informe de expertos Informe de autoevaluación	

4.2. Ponderación de los resultados de aprendizaje.

RESULTADO DE APRENDIZAJE	Porcentaje sobre el total del módulo	¿Obligatorio superarlo?	HORAS PREVISTA, 29S	FORMACIÓN (*)
RA1. Aplica las directrices del plan de marketing digital de la empresa, participando en su ejecución y sostenimiento.	18,29	SI	26	PFI
RA2. Realiza las acciones necesarias para efectuar ventas online, aplicando las políticas de comercio electrónico definidas por la empresa.	30,71	SI	42	DC
RA3. Realiza el mantenimiento de la página web corporativa, la tienda electrónica y el catálogo online, utilizando aplicaciones informáticas y lenguajes específicos.	17	SI	24	DC
RA4. Establece foros de comunicación entre usuarios, utilizando las redes sociales de ámbito empresarial.	17	SI	24	DC
RA5. Utiliza entornos de trabajo dirigidos al usuario final (Web 2.0), integrando herramientas informáticas y recursos de Internet.	17	NO	24	PFPD
TOTALES	100		140	

Leyenda:

PFI- Plan de Formación Inicial en el Centro.
PFPD- Plan de FP DUAL.
DC - Docencia en el Centro de Estudios

4.3. Actividades refuerzo y mejora de las competencias para la mejora de la calificación y superación de los módulos pendientes de evaluación positiva.

En este apartado se recogen el procedimiento para aquellos alumnos/as que no hayan conseguido superar las competencias y resultados de aprendizaje para una evaluación positiva. Se elaborará un informe con los RRAA y las actividades no superadas y se entregará junto con el boletín de calificaciones a través de SÉNECA.

De acuerdo con el artículo 22 de la orden 18/09/2025, las actividades de refuerzo y mejora de las competencias permitirán al alumnado bien la superación de los módulos o del proyecto pendientes de evaluación positiva, bien la profundización de los aprendizajes y la mejora de la calificación obtenida en los módulos o proyecto superados.

TODOS LOS CICLOS: Las actividades se realizan entre la primera evaluación final y la segunda evaluación final.

Conforme a lo dispuesto en el artículo 24 de la orden 26/09/2025, las medidas de atención al alumnado cuya fase de formación en empresa u organismo equiparado se vea interrumpida o no realicen la FEOE, serán:

- Realización de una prueba teórico-práctica de los resultados de aprendizaje no alcanzados.
- Realización de las prácticas correspondientes.

Para aquellos alumnos/as que su formación en empresa no se hayan visto completadas se contemplan las siguientes actividades para completar su formación:

- Realización de una prueba teórico-práctica de los resultados de aprendizaje no alcanzados.
- Realización de las prácticas correspondientes.

Para aquellos alumnos/as que no alcance una evaluación positiva las actividades encaminadas a la mejora de las competencias son las siguientes:

- Realización de una prueba teórico-práctica de los resultados de aprendizaje no alcanzados.
- Realización de las prácticas correspondientes.

4.4. Instrumentos de evaluación destinados al alumnado que haya perdido el derecho a evaluación continua.

El porcentaje de faltas de asistencia, justificadas e injustificadas, que originan la **imposibilidad de aplicación de los instrumentos de evaluación ordinaria** se establece en el 20% del total de horas lectivas de todo el curso de la materia o módulo, según queda recogido en el Plan de Centro.

El número de horas al año para este módulo es de 140 horas, por lo que el alumnado perderá el derecho a evaluación continua con un número de faltas superior a 28 horas.

El alumnado que supere estos límites tendrá una evaluación alternativa según se explica en el siguiente apartado.

Para estos casos las competencias no superadas deberán ser evaluadas mediante la realización de una prueba teórico-práctica de los resultados de aprendizaje no alcanzados y la realización de las prácticas correspondientes.

5.Incorporación de los contenidos de carácter transversal al currículo.

Los temas transversales que se abordarán serán:
- Conocimiento de las normativas vigentes que apliquen a este módulo profesional.
- Fomento de la lectura, de la expresión oral y la expresión escrita, a través de lectura comprensiva y posterior desarrollo en contexto práctico de los contenidos extraídos de textos de libros, documentos oficiales, informes, bases de datos oficiales, etcétera.
- Desarrollo de la competencia digital el alumnado debe utilizar las tecnologías de la información y la comunicación para realizar actividades prácticas y análisis propuestos en las distintas unidades de trabajo (utilización de buscadores, uso de páginas Webs, organización de datos, presentaciones, etc.).
- Gestión de información y datos: organización, valoración, procesamiento y presentación de datos, con el objetivo de facilitar la toma de decisiones estratégicas. Fomento del espíritu crítico.
- Educación en valores, tales como:
o Educación moral y cívica.
o Educación para la paz y la convivencia.
o Educación del consumidor.
o Educación para la igualdad de oportunidades.

o Educación medioambiental.
o Educación para la salud.

Las actividades relativas a los temas transversales se trabajarán bajo el marco de los objetivos establecidos por los Planes Estratégicos vigentes y programa del centros: Plan Transformación Digital Educativa, Plan de Igualdad/Coeducación, Huerto Escolar, Aula de Jaque, Emprendimiento y Plan “Escuela: Espacio de Paz”.

6.Medidas de atención a la diversidad y alumnado con N.E.A.E.

Tras la evaluación inicial y siguiendo las recomendaciones del departamento de Orientación, se implementarán algunas de las siguientes medidas propuestas, con el fin de atender a los diferentes ritmos de aprendizaje, se flexibilizarán determinadas entregas de actividades, y se realizará mayor hincapié en la organización y temporalización de aquel alumnado que presente dificultades tanto respecto a contenidos esenciales del módulo como a la carencia de habilidades tecnológicas.

En el artículo 3 de la orden 18/09/2025 se establece que:

g) La adecuación de las actividades formativas y de los procedimientos de evaluación cuando el ciclo formativo o curso de especialización vaya a ser cursado por alumnado que presente discapacidad o cualquier otra necesidad específica de apoyo educativo o formativo, conforme a lo establecido en el artículo 2.10 de esta orden.
h) La incorporación de ajustes razonables específicos para el alumnado con discapacidad o cualquier otra necesidad específica de apoyo educativo o formativo en relación con el acceso al currículo.

Para estos alumnos se determinan las siguientes medidas generales:

- Tipos de actividades y tareas
  - Aprendizaje basado en proyectos
  - Metodologías didácticas basadas en el trabajo cooperativo en grupos heterogéneos.
  - Actividades de refuerzo educativo diferentes a las del resto.
  - Proporcionar al alumno/a las mismas actividades que al resto, pero adaptadas (simplificar enunciados).

- Formas de acceso a la información.

- (Se corresponde con la Metodología DUA, recogida en la normativa de aplicación)
- Se proporcionará la información al alumno/a atendiendo al canal de procesamiento preferente (visual, auditivo...). Esto se puede concretar en lo siguiente:
  - Utilización de "apoyo visual" para complementar las explicaciones y facilitar la compresión (imágenes, esquemas, mapas conceptuales, pictogramas, organizadores de contenido...)
  - Incorporación en Moodle de pequeños audios de voz que resumen lo explicado en clase para permitir al alumno/a su reproducción en casa.
  - Incorporación en Moodle de videos que ayuden a clarificar los conceptos trabajados

- Recursos didácticos
  - Facilitar al alumno/a un glosario de términos de la unidad didáctica
  - Libro de texto
  - Cuadernos de atención a la diversidad
  - Cuadernos de refuerzo o material específico
  - Aquellas medidas recogidas como “formas de acceso a la información” en el apartado anterior (apoyo visual, vídeos y/o audios en Moodle....)
  - Agrupamientos, distribución de espacios y tiempos.
  - Tutoría entre iguales: seguimiento y apoyo por parte de un compañero/a competente.
  - Más tiempo para la realización de las tareas
  - Más tiempo para la realización de las pruebas

- Instrumentos de evaluación.
  - Seguimiento a través de Moodle.
  - Valoración de esquemas, mapas conceptuales y resúmenes realizados por el alumno/a.
  - Presentación de los enunciados de forma gráfica o en imágenes, además del texto escrito, para facilitar la comprensión.
  - Selección de aspectos relevantes y esenciales del contenido que se pretende que el alumno/a aprenda. Realización de una prueba con lo básico, pero sin modificar criterios de evaluación, competencias y/o resultados de aprendizaje.
  - Sustitución de una prueba escrita por una oral.
  - Segmentación de la prueba en dos o varias partes, realizando cada parte en días diferentes.

7.Actividades complementarias y extraescolares relacionadas con este módulo.

La programación queda abierta en este apartado a aquellas actividades complementarias que puedan surgir durante el curso, que estén vinculadas directamente con los objetivos del currículo del módulo.

8.Autoevaluación.

En cuanto a la evaluación del proceso de enseñanza, el Decreto 436/2008 de 2 de septiembre, por el que se establece la ordenación y las enseñanzas de la Formación Profesional Inicial que forma parte del sistema educativo, en su capítulo CI, Evaluación y titulación, establece que: “El profesorado tendrá la obligación de evaluar tanto los aprendizajes del alumnado como los procesos de enseñanza y su propia práctica docente”.

Por ello, se ve necesaria la realización de una evaluación trimestral en la que se recoja la diferencia entre la previsión y la impartición de las unidades de trabajo con el objetivo de realizar los ajustes necesarios en cuanto a la programación y a la metodología.

Por otro lado, además de la observación continua, se realizará una encuesta al alumnado con el objetivo de poner en marcha, en caso de considerarse necesario, medidas que mejoren mi labor como docente y beneficien, por tanto, el proceso de enseñanza-aprendizaje del alumnado.

Octubre 2026