IES MIGUEL ROMERO ESTEO – MÁLAGA.
DEPARTAMENTO COMERCIO Y MARKETING

Programación del módulo

MARKETING DIGITAL

CURSO 2026/2027

Ciclo formativo: Gestión de Ventas y Espacios Comerciales
Grupo: 2GVP
Nº 0931
Horas totales: 177
Horas a la semana: 6
Profesor/a: Laura Puertas García
Fecha de entrega: 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 5

4.Evaluación criterial de las competencias. Actividades, técnicas e instrumentos de evaluación 9

4.1. Relación de unidades y resultados de aprendizaje 10

RA 1. Administra los accesos y conexiones a redes públicas, semipúblicas y privadas, utilizando navegadores y buscadores de información especializados en la red pública Internet. 11

RA 2. Gestiona diversos servicios y protocolos de Internet, manejando programas de correo electrónico y de transferencia de archivos, entre otros. 12

RA 3. Realiza la facturación electrónica y otras tareas administrativas de forma telemática, utilizando en cada caso software específico. 14

RA 4. Determina la estrategia que se ha de seguir en las interrelaciones con otros usuarios de la red, utilizando programas específicos, foros de comunicación y redes sociales de ámbito empresarial. 15

RA5. Construye páginas web atractivas para los usuarios de Internet, utilizando criterios de posicionamiento, fácil manejo y persuasión. 17

RA 6. Diseña el plan de marketing digital en el mercado online, definiendo soluciones estratégicas mediante la implementación de acciones específicas de desarrollo de la marca comercial. 18

RA 7. Define la política de comercio electrónico de la empresa, estableciendo las acciones necesarias para efectuar ventas on-line. 20

4.2. Ponderación de los resultados de aprendizaje 23

4.3. Actividades de refuerzo y mejora de las competencias para la mejora de la calificación y superación de los módulos pendientes de evaluación positiva 24

4.4. Instrumentos de evaluación destinados al alumnado que haya perdido el derecho a evaluación continua 25

5.Incorporación de los contenidos de carácter transversal al currículo 25

6. Medidas de atención a la diversidad y alumnado con N.E.A.E. 27

7. Actividades complementarias y extraescolares relacionadas con este módulo 28

8. Autoevaluación 29

1.Competencias

1.1.Competencia general del título

Real Decreto 1573/2011, de 4 de noviembre, por el que se establece el Título de Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales y se fijan sus enseñanzas mínimas.

Artículo 4 del RD. La competencia general de este título consiste en gestionar las operaciones comerciales de compraventa y distribución de productos y servicios, y organizar la implantación y animación de espacios comerciales según criterios de calidad, seguridad y prevención de riesgos, aplicando la normativa vigente.

1.2.Unidades de competencia asociadas al módulo

A la luz del Anexo V del Real Decreto 1573/2011, de 4 de noviembre, no es un módulo asociado a unidades de competencia.

1.3.Competencias profesionales y de empleabilidad

La formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias profesionales y de empleabilidad del Título de Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales que regula el Real Decreto 1573/2011 que se relacionan a continuación:

c) Planificar y desarrollar acciones de marketing digital, gestionando páginas web y sistemas de comunicación a través de Internet, para lograr los objetivos de marketing y de la política de comercio electrónico de la empresa.

l) Adaptarse a las nuevas situaciones laborales, manteniendo actualizados los conocimientos científicos, técnicos y tecnológicos relativos a su entorno profesional, gestionando su formación y los recursos existentes en el aprendizaje a lo largo de la vida y utilizando las tecnologías de la información y la comunicación.

m) Resolver situaciones, problemas o contingencias con iniciativa y autonomía en el ámbito de su competencia, con creatividad, innovación y espíritu de mejora en el trabajo personal y en el de los miembros del equipo.

n) Organizar y coordinar equipos de trabajo con responsabilidad, supervisando el desarrollo del mismo, manteniendo relaciones fluidas y asumiendo el liderazgo, así como aportando soluciones a los conflictos grupales que se presenten.

ñ) Comunicarse con sus iguales, superiores, clientes y personas bajo su responsabilidad, utilizando vías eficaces de comunicación, transmitiendo la información o conocimientos adecuados y respetando la autonomía y competencia de las personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.

o) Generar entornos seguros en el desarrollo de su trabajo y el de su equipo,

supervisando y aplicando los procedimientos de prevención de riesgos laborales y ambientales, de acuerdo con lo establecido por la normativa y los objetivos de la empresa.

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

q) Realizar la gestión básica para la creación y funcionamiento de una pequeña empresa y tener iniciativa en su actividad profesional con sentido de la responsabilidad social.

r) Ejercer sus derechos y cumplir con las obligaciones derivadas de su actividad profesional, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente, participando activamente en la vida económica, social y cultural.

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:

c) Utilizar las nuevas tecnologías de la comunicación a través de Internet, construyendo, alojando y manteniendo páginas web corporativas y gestionando los sistemas de comunicación digitales, para planificar y realizar acciones de marketing digital.

o) Analizar y utilizar los recursos y oportunidades de aprendizaje relacionados con la evolución científica, tecnológica y organizativa del sector y las tecnologías de la información y la comunicación, para mantener el espíritu de actualización y adaptarse a nuevas situaciones laborales y personales.

p) Desarrollar la creatividad y el espíritu de innovación para responder a los retos que se presentan en los procesos y en la organización del trabajo y de la vida personal.

q) Tomar decisiones de forma fundamentada, analizando las variables implicadas, integrando saberes de distinto ámbito y aceptando los riesgos y la posibilidad de equivocación en las mismas, para afrontar y resolver distintas situaciones, problemas o contingencias.

r) Desarrollar técnicas de liderazgo, motivación, supervisión y comunicación en contextos de trabajo en grupo, para facilitar la organización y coordinación de equipos de trabajo.

s) Aplicar estrategias y técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a la finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia en los procesos de comunicación.

t) Evaluar situaciones de prevención de riesgos laborales y de protección ambiental, proponiendo y aplicando medidas de prevención personales y colectivas, de acuerdo con la normativa aplicable en los procesos de trabajo, para garantizar entornos seguros.

u) Identificar y proponer las acciones profesionales necesarias, para dar respuesta

a la accesibilidad universal y al «diseño para todos».

v) Identificar y aplicar parámetros de calidad en los trabajos y actividades realizados en el proceso de aprendizaje, para valorar la cultura de la evaluación y de la calidad y ser capaces de supervisar y mejorar procedimientos de gestión de calidad.

w) Utilizar procedimientos relacionados con la cultura emprendedora, empresarial y de iniciativa profesional, para realizar la gestión básica de una pequeña empresa o emprender un trabajo.

x) Reconocer sus derechos y deberes como agente activo en la sociedad, teniendo en cuenta el marco legal que regula las condiciones sociales y laborales, para participar como ciudadano democrático.

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	RA 6	RA 7
c)	x	x		x	x	x	
o)	x	x	x	x	x	x	x
p)				x	x	x	x
q)	x	x	x	x	x	x	x
r)			x	x	x	x	x
s)			x	x	x	x	x
t)	x	x	x	x	x	x	x
u)	x	x	x	x	x	x	x
v)				x	x	x	x
w)			x	x	x	x	x
x)		x	x	x			x

3.Metodología, materiales y recursos didácticos utilizados

La metodología didáctica integrará los aspectos científicos, tecnológicos y organizativos que en cada caso correspondan, con el fin de que el alumnado adquiera una visión global de los procesos propios de la actividad profesional.

La Orden de 29 de julio de 2015, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales establece las **orientaciones pedagógicas** del módulo "*Marketing Digital*" indicando que la formación necesaria para el desempeño de actividades relacionadas con el uso de la red Internet tales como:

- La configuración de la red y el acceso a la misma.
- La búsqueda avanzada de información.
- La gestión del correo electrónico como medio de comunicación y como herramienta de venta.
- La transferencia de información y de aplicaciones de todo tipo.
- El desarrollo, publicación y mantenimiento de la página web de la empresa.
- La utilización de una gran variedad de programas complementarios de todo tipo como los dedicados a facturar electrónicamente o los destinados a las relaciones con organismos públicos.
- La relación directa enfocada a las ventas con otros usuarios a través de chats, mensajerías, grupos de discusión y blogs.
- La creación y el mantenimiento de la página web de la empresa.
- La definición del plan de marketing y de publicidad digital de la empresa.
- El desarrollo de la política de comercio electrónico de la empresa.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- La creación, mantenimiento y publicación de la página web de la empresa.
- La creación, mantenimiento y publicación de la tienda virtual de la empresa.
- La programación del plan de marketing digital de la empresa.
- La gestión administrativa del comercio electrónico.
- Gestión de cobros y pagos.
- Tramitación y gestión de la documentación comercial, administrativa y fiscal generada electrónicamente.
- La investigación de mercados y en el marketing nacional e internacional.

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

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

En coherencia con estas orientaciones, el artículo 13 del Real Decreto 659/2023 insta a que los docentes favorezcan **metodologías activas** basadas en proyectos y retos, próximas a la realidad productiva, y el **artículo 14.3.a) del Decreto 147/2025** reconoce la autonomía pedagógica de los centros para concretar el currículo atendiendo a su entorno. Estos principios constituyen las **líneas de actuación docente** que guían la selección de estrategias didácticas y el diseño de actividades.

La metodología se adapta a un grupo de 2º curso, en horario de tarde, y se apoya en

cinco **principios**:

1. **Aprendizaje significativo y vinculado a la realidad.** Se parte de lo que el alumnado ya sabe, porque «es el factor más importante que influye en su aprendizaje» (Ausubel, 2016). Cada unidad arranca de experiencias que ya tienen como usuarios (el correo, los buscadores, las tiendas online) y de negocios reales.
2. **Aprendizaje socializador y cooperativo.** Siguiendo a Vygotsky, el aprendizaje se construye mediante la interacción con los demás (Sánchez, 2019). Se trabaja en parejas y en pequeños equipos, con puesta en común y revisión entre iguales.
3. **Aprendizaje activo y autonomía.** Se prioriza aprender haciendo: cada sesión termina en un producto tangible, como un correo enviado, una infografía o una web. Las actividades se diseñan para poder iniciarse y cerrarse en el aula, sin depender del trabajo en casa.
4. **Aprendizaje funcional y profesional.** Los contenidos se abordan desde el perfil del técnico en ventas y espacios comerciales, conectando el aula con casos de empresas reales del entorno.
5. **Atención a la diversidad y seguimiento.** Se ofrece retroalimentación continua, se explican los criterios de evaluación antes de cada actividad y se prevén adaptaciones metodológicas y organizativas para el alumnado con NEAE, conforme al artículo 15 del Real Decreto 659/2023 y al artículo 8 del Decreto 147/2025.

Para el desarrollo de las sesiones se aplicarán de forma combinada los siguientes métodos:

- **Método constructivista.** El alumnado es partícipe del proceso y parte de sus conocimientos previos, de la investigación personal y profesional y del contacto con la realidad de su entorno. Mediante la evaluación inicial y la introducción de cada unidad se ponen de manifiesto sus experiencias previas, que se enriquecen con la puesta en común, y la profesora orienta la investigación hacia los aspectos necesarios para adquirir las competencias del módulo.
- **Método de trabajo cooperativo.** El aprendizaje colaborativo está presente en todo momento, mediante trabajos en parejas y en equipo y documentos compartidos, ya que el alumnado debe aprender a llevar a cabo proyectos formando parte de un grupo de trabajo.
- **Método expositivo.** Mediante presentaciones y explicaciones breves se informa al inicio de cada sesión de los objetivos y los contenidos que se van a tratar. Además de presentar los contenidos, esta exposición sirve de evaluación inicial y promueve la participación activa del alumnado.

3.1. Descripción de las actividades de enseñanza y aprendizaje

Se distinguen las actividades de enseñanza, que planifica y dirige la profesora, y las

actividades de aprendizaje, que realiza el alumnado. En ambos casos están graduadas en dificultad y enlazadas entre sí dentro de cada unidad de trabajo, con el fin de dar un sentido práctico y contextualizado a los contenidos del módulo y de propiciar un aprendizaje significativo, activo, participativo y motivador.

Actividades de enseñanza:

Son las que dirige la profesora para orientar el trabajo del alumnado y captar su atención. Además de transmitir la información teórica, orientan la realización de las prácticas propuestas:

- **Debate o caso real al inicio de cada unidad**, para despertar el interés y detectar conocimientos previos.
- **Presentación de objetivos y criterios.** Se explica el resultado de aprendizaje que se va a desarrollar, el logro que el alumnado debe alcanzar para superarlo y los criterios con los que se evaluará.
- **Explicaciones breves** apoyadas en presentaciones y ejemplos reales, con participación del alumnado.
- **Demostraciones en directo** de las herramientas y aplicaciones propias del módulo.
- **Seguimiento y retroalimentación** durante las prácticas, con corrección y puesta en común de las actividades.
- **Familiarización con los recursos de Moodle Centros**, donde se publican materiales y se entregan las tareas.

Actividades de aprendizaje:

Son las que realiza el alumnado para alcanzar las competencias del módulo. Se clasifican en:

- **Iniciales.** Detectan conocimientos previos y despiertan el interés: lluvias de ideas, debates breves y observación de casos reales.
- **De desarrollo.** Son el núcleo del trabajo en el aula. Incluyen actividades de investigación (búsqueda y análisis de información y de casos de empresas reales) y de aplicación (práctica con las herramientas y aplicaciones del módulo), tanto en clase como para la entrega final en Moodle.
- **De síntesis y evaluación.** Al cierre de cada unidad se integran los aprendizajes en un producto evaluable acompañado de una lista de cotejo, un cuestionario y, cuando procede, una exposición oral breve.
- **De refuerzo y ampliación.** El refuerzo ofrece tareas guiadas y visuales, guías de estudio y repasos en parejas para consolidar lo básico. La ampliación propone retos más complejos al alumnado que ya domina la unidad, que además puede actuar como tutor o tutora de quienes aún no han alcanzado los criterios.

- **Formativas.** Son las que se desarrollan en la fase de formación en empresa u organismo equiparado (FFEOE), bajo la supervisión del tutor o tutora de la empresa. Se vinculan al resultado de aprendizaje 3 y se valoran a partir del informe del tutor o tutora de la empresa.
- **Sustitutorias.** Se realizan en el centro, de acuerdo con la normativa vigente, para el alumnado que no pueda cursar la FFEOE por causas justificadas.

3.2. Materiales y recursos didácticos utilizados

En el desarrollo de las actividades de enseñanza-aprendizaje, se hará uso de diferentes materiales y recursos didácticos:

1. Plataforma Moodle Centros y aula virtual.
2. Servidor con los puestos de Prestashop.
3. Servidor con los puestos de Wordpress.
4. Ordenador del profesorado con dispositivo de proyección y acceso a Internet.
5. Ordenadores para el alumnado con acceso a Internet.
6. Libros, webs, artículos y textos especializados.
7. Recursos digitales gratuitos.
8. Material elaborado por la profesora.
9. Manual de referencia " Marketing Digital". Paraninfo. Fernando Paniagua Martín y Adolf Rodés Bach.

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.
- Dos evaluaciones finales: Recogerá la situación alcanzada tras las actividades propuestas al finalizar el curso escolar. También recogerá el resultado final de los resultados de aprendizaje.

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 en el 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.**

Así mismo, el artículo 2.5 de la citada Orden establece que en caso de pérdida de derecho de evaluación continua en uno o varios módulos, el alumnado tendrá derecho a la realización de las pruebas objetivas que el equipo docente responsable considere oportunas, conforme a los criterios de evaluación que estén asociados a los resultados de aprendizaje no superados, a lo incluido en la correspondiente programación didáctica y en el proyecto educativo del centro.

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.

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	REDES E INTERNET	RA 1	a), b), c), d), e), f), g)	
2	CORREO ELECTRÓNICO	RA 2	a), b), c), d), e), f), g)	

3	PLAN DE MARKETING DIGITAL	RA 6	a), b), c), d), e), f), g), h)	
4	SOCIAL MEDIA PLAN	RA 4	a), b), c), d), e), f), g)	
2ª EVALUACIÓN				
4	SOCIAL MEDIA PLAN	RA 4	a), b), c), d), e), f), g)	
5	PÁGINAS WEB	RA 5	a), b), c), d), e), f), g)	
6	COMERCIO ELECTRÓNICO	RA 7	a), b), c), d), e), f), g), h), i)	
3ª EVALUACIÓN				
7	FACTURACIÓN ELECTRÓNICA	RA 3	a), b), c), d), e), f), g), h)	

RA 1. Administra los accesos y conexiones a redes públicas, semipúblicas y privadas, utilizando navegadores y buscadores de información especializados en la red pública Internet.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	UD	% EVA	ACTIVIDAD/ INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN
a) Se han identificado los conceptos esenciales de funcionamiento y uso de la red.	1	1,714%	TRABAJOS/RÚBRICA ACTIVIDADES PRÁCTICAS/ LISTA DE COTEJO PRUEBA OBJETIVA/ SOLUCIONARIO
b) Se han evaluado los distintos sistemas de conexión a la red.	1	1,714%	TRABAJOS/RÚBRICA ACTIVIDADES PRÁCTICAS/ LISTA DE COTEJO PRUEBA OBJETIVA/ SOLUCIONARIO
c) Se ha configurado el acceso al sistema informático en la red.	1	1,714%	TRABAJOS/RÚBRICA ACTIVIDADES PRÁCTICAS/ LISTA DE COTEJO PRUEBA OBJETIVA/ SOLUCIONARIO
d) Se han comprobado las características propias de las intranets y las extranet.	1	1,714%	TRABAJOS/RÚBRICA ACTIVIDADES PRÁCTICAS/ LISTA DE COTEJO PRUEBA OBJETIVA/

			SOLUCIONARIO
e) Se han utilizado los principales programas navegadores para moverse por la red.	1	1,714%	TRABAJOS/RÚBRICA ACTIVIDADES PRÁCTICAS/ LISTA DE COTEJO PRUEBA OBJETIVA/ SOLUCIONARIO
f) Se han realizado búsquedas selectivas de información mediante aplicaciones específicas.	1	1,714%	TRABAJOS/RÚBRICA ACTIVIDADES PRÁCTICAS/ LISTA DE COTEJO PRUEBA OBJETIVA/ SOLUCIONARIO
g) Se han utilizado buscadores especializados por temas y otras aplicaciones de búsqueda avanzada.	1	1,716%	TRABAJOS/RÚBRICA ACTIVIDADES PRÁCTICAS/ LISTA DE COTEJO PRUEBA OBJETIVA/ SOLUCIONARIO

CONTENIDOS DEL RA 1:

Administración de los accesos y conexiones a redes:

- Introducción. Qué es Internet y su origen.
- Cómo funciona. Servidores y clientes, el protocolo TCP/IP, la Word Wide Web, los dominios de la red.
- Modos de conectarse a Internet. Acceso RTC. Línea rdSI. Línea AdSL. Cable. Por satélite. PLC.GPRS. Redes «Wi-Fi».
- Proveedores de servicios de Internet.ISP. Configuración del acceso.
- Las intranets y las extranets. Características. Aplicaciones y funcionamiento. Ventajas y desventajas.
- Qué es un navegador y cómo funciona. Características comunes de los navegadores. Navegadores más utilizados.
- Búsqueda de información en la red. Los buscadores. Motores de búsqueda e índices, buscadores temáticos, multibuscadores y metabuscadores.
- Conceptos básicos de búsqueda con operadores, sintaxis especiales de búsqueda, la opción de búsqueda avanzada, inclusión en servicios adicionales y herramientas específicas.

EVALUACIÓN: 1ª	**OBJETIVOS GENERALES RA1: c) o) q) t) u)**

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. Gestiona diversos servicios y protocolos de Internet, manejando programas de correo electrónico y de transferencia de archivos, entre otros.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	UD	% EVA	ACTIVIDAD/ INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN
a) Se han identificado los elementos que configuran el correo electrónico.	2	1,716%	TRABAJOS/RÚBRICA ACTIVIDADES

			PRÁCTICAS/ LISTA DE COTEJO PRUEBA OBJETIVA/ SOLUCIONARIO DIARIO DEL PROFESOR
b) Se ha utilizado el correo electrónico directamente desde la web.	2	1,714%	TRABAJOS/RÚBRICA ACTIVIDADES PRÁCTICAS/ LISTA DE COTEJO PRUEBA OBJETIVA/ SOLUCIONARIO DIARIO DEL PROFESOR
c) Se han utilizado programas de cliente de correo electrónico para gestionar el envío y la recepción de mensajes.	2	1,714%	TRABAJOS/RÚBRICA ACTIVIDADES PRÁCTICAS/ LISTA DE COTEJO PRUEBA OBJETIVA/ SOLUCIONARIO DIARIO DEL PROFESOR
d) Se ha identificado el protocolo de red para la transferencia de archivos (FTP) desde un equipo cliente a un servidor.	2	1,714%	TRABAJOS/RÚBRICA ACTIVIDADES PRÁCTICAS/ LISTA DE COTEJO PRUEBA OBJETIVA/ SOLUCIONARIO DIARIO DEL PROFESOR
e) Se han compartido archivos a través de una red de ordenadores entre iguales (peer-to-peer P2P).	2	1,714%	TRABAJOS/RÚBRICA ACTIVIDADES PRÁCTICAS/ LISTA DE COTEJO -PRUEBA OBJETIVA/ SOLUCIONARIO
f) Se ha descargado software gratuito con y sin limitaciones de tiempo de uso.	2	1,714%	TRABAJOS/RÚBRICA ACTIVIDADES PRÁCTICAS/ LISTA DE COTEJO -PRUEBA OBJETIVA/ SOLUCIONARIO
g) Se han realizado descargas de vídeos, música y videojuegos, entre otros	2	1,714%	TRABAJOS/RÚBRICA ACTIVIDADES PRÁCTICAS/ LISTA DE COTEJO PRUEBA OBJETIVA/ SOLUCIONARIO
CONTENIDOS DEL RA 2: Gestión de diversos servicios y protocolos de Internet: – Correo electrónico, qué es y cómo funciona. Elementos básicos. dirección, cliente y proveedor. Correo web			

– El correo web. Crear una cuenta, realizar las funciones básicas de leer, responder y enviar. – Algunos inconvenientes del correo electrónico. Correo no deseado. Virus informáticos. Malware. Suplantación de identidad. Bulos. Cadenas de correo electrónico. Precauciones recomendables. – Correo POP3 qué es y cómo utilizarlo. Diferencia entre correo POP3 y correo Web. – Gestionar las operaciones de envío, recepción y mantenimiento de correo POP3. – Listas de correo electrónico. Tipos, funcionamiento, servicios y reglas de etiqueta. – Transferencia de archivos: qué es y cómo utilizarla. Tipos. – Servidores FTP. Aplicaciones FTP. – Redes P2P (peer to peer). Aplicaciones. Tipos de redes P2P. – Descargas musicales, vídeos y software. normativa vigente. – Freeware y shareware. – Conexiones telefónicas de voz.

Evaluación: 1ª	**Objetivos generales: c) o) q) t) u) x)**
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 la facturación electrónica y otras tareas administrativas de forma telemática, utilizando en cada caso software específico.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	UD	% EVA	ACTIVIDAD/ INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN
a) Se han identificado los formatos electrónicos de factura de mayor o menor complejidad (edIFACT, XML, PdF, html, doc, xls, gif, jpeg o txt, entre otros).	7	1,5%	ACTIVIDADES DUALES
b) Se ha establecido la transmisión telemática entre ordenadores.	7	1,5%	
c) Se ha garantizado la integridad y autenticidad de las transmisiones telemáticas a través de una firma electrónica reconocida.	7	1,5%	
d) Se han utilizado aplicaciones específicas de emisión de facturas electrónicas.	7	1,5%	
e) Se han utilizado herramientas comunes en Internet relativas a la relación de nuestra empresa con organismos públicos y otras entidades.	7	1,5%	
f) Se han probado diversas herramientas de tipo generalista que se utilizan en la red.	7	1,5%	
g) Se han identificado los programas perjudiciales para la seguridad e integridad de los datos almacenados en nuestros equipos informáticos.	7	1,5%	
h) Se han aplicado las barreras de seguridad necesarias para salvaguardar la información de nuestra empresa.	7	1,5%	

CONTENIDOS DEL RA 3:

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

- Factura electrónica. Aspectos generales, condiciones para su utilización y normativa legal. requisitos de todas las facturas. Obligaciones legales para el expedidor. Obligaciones legales para el destinatario.
- Ventajas de la factura electrónica.
- Seguridad, firma electrónica reconocida. normativa que la regula.
- Programas de facturación electrónica.
- Relación con otras empresas y organismos públicos. Banca electrónica, trámites con la Seguridad Social y relaciones tributarias con Hacienda, entre otros.
- Programas de visualización e impresión de archivos PDF.
- Programas reproductores, organizadores y sincronizadores de música, vídeos, películas, programas de televisión y audiolibros, entre otras aplicaciones.
- Seguridad en Internet. Spam. Virus informáticos. Tipos de Virus. Spyware y phishing. Análisis de riesgos. Análisis de impacto en el negocio. Puesta en marcha de una política de seguridad. Organismos oficiales de seguridad en internet.
- Los programas antivirus, cortafuegos y antiespías.

Evaluación: 3ª	**Objetivos generales: o) q) r) s) t) u) w) x)**

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. Determina la estrategia que se ha de seguir en las interrelaciones con otros usuarios de la red, utilizando programas específicos, foros de comunicación y redes sociales de ámbito empresarial.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	UD	% EVA	ACTIVIDAD/ INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN
a) Se han utilizado programas web para mantener cibercharlas de texto.	4	1,714%	TRABAJO PSM/RÚBRICA ACTIVIDADES PRÁCTICAS/ LISTA DE COTEJO OBSERVACIÓN DIRECTA/ DIARIO DEL PROFESOR
b) Se han utilizado programas de mensajería instantánea.	4	1,714%	TRABAJO PSM/RÚBRICA ACTIVIDADES PRÁCTICAS/ LISTA DE COTEJO
c) Se han aplicado sistemas de comunicación oral que utilizan solo sonido o sonido e imagen.	4	1,714%	TRABAJO PSM/RÚBRICA ACTIVIDADES

			PRÁCTICAS/ LISTA DE COTEJO
d) Se han establecido contactos con otros usuarios de la red a través de foros de debate y opinión.	4	1,714%	TRABAJO PSM/RÚBRICA ACTIVIDADES PRÁCTICAS/ LISTA DE COTEJO
e) Se han establecido contactos sobre temas concretos a través de blogs temáticos de contenido profesional.	4	1,714%	TRABAJO PSM/RÚBRICA ACTIVIDADES PRÁCTICAS/ LISTA DE COTEJO
f) Se han efectuado comunicaciones, publicidad y ventas con otros usuarios de la red a través de redes sociales.	4	1,714%	TRABAJO PSM/RÚBRICA ACTIVIDADES PRÁCTICAS/ LISTA DE COTEJO OBSERVACIÓN DIRECTA/ DIARIO DEL PROFESOR
g) Se han generado contenidos audiovisuales y fotográficos de la actividad, productos y procesos comerciales.	4	1,716%	TRABAJO PSM/RÚBRICA ACTIVIDADES PRÁCTICAS/ LISTA DE COTEJO OBSERVACIÓN DIRECTA/ DIARIO DEL PROFESOR

CONTENIDOS DEL RA 4:

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

- Los grupos de conversación o chat. Programas IRC y programas webchat.
- Otras herramientas de Internet para la comunicación. Grupos de noticias USENET. LISTSERV. TELNET.
- Servicio de mensajería instantánea.
- Telefonía por Internet.
- Videoconferencia.
- Los foros, leer y escribir en un foro.
- Los grupos de discusión.
- Redes sociales. Redes sociales para empresas.
- Panorama de las principales social media en España, LinkedIn-In. Xing. Tuenti. Facebook. Twitter. Flickr. YouTube. Slideshare. Sus principales usos en la empresa 2.0.
- Añadir elementos a una página de una red social.
- Utilizar elementos fotográficos y audiovisuales en una página de una red social.
- Añadir aplicaciones profesionales a una página.
- Weblogs, blogs o bitácoras.
- Blog externos y RRSS.

– Cómo buscar un grupo interesante. – Crear una red de contactos influyentes. – Comprar y vender en redes sociales.	
Evaluación: 1ª y 2ª	**Objetivos generales: c) o) p) q) r) s) t) u) v) w) x)**
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.	

RA5. Construye páginas web atractivas para los usuarios de Internet, utilizando criterios de posicionamiento, fácil manejo y persuasión.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	UD	% EVA	ACTIVIDAD/ INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN
a) Se han redactado las sentencias más utilizadas en lenguaje de etiquetas de hipertexto (HTML).	5	1,714%	CREACIÓN WEB/RÚBRICA/ LISTA DE COTEJO/ DIARIO DEL PROFESOR
b) Se han utilizado programas comerciales que permiten crear de forma sencilla los ficheros que componen las páginas web.	5	1,714%	
c) Se ha registrado la dirección de páginas web con dominio propio o con alojamiento gratuito.	5	1,714%	
d) Se han enviado al servidor de Internet ficheros web creados mediante programas especializados en esta tarea.	5	1,714%	
e) Se han utilizado programas específicos de inclusión de textos, imágenes y sonido	5	1,714%	
f) Se ha construido una web eficiente para el comercio electrónico.	5	1,716%	
g) Se han incluido en la web enlaces de interés capaces de generar tráfico orientado e interesado en lo que se ofrece.	5	1,714%	

CONTENIDOS DEL RA 5:

Construcción de páginas web:

– Estructura de una página web. Página de inicio. Diseño del menú de navegación. Tipos de estructura. Diseño de la estructura para una web efectiva y usable.

– Herramientas para hacer una página web. editor de imágenes. HML. FTP.

– Lenguaje HTML. Conceptos básicos de HTML. normas elementales en HTML. Introducción a los elementos y etiquetas de HTML. dar formato a un texto en HTML. etiquetas HTML para poner un texto en una Web.

– Creación de páginas web con los editores web más usuales.

– Editores visuales de HTML. Dreamweaver. Go Live. NVU.

– Editores de código fuente. Block de notas de Windows. Notepad.

– Plantillas prefabricadas.

– Elección del servidor para alojar páginas web. – Publicación de páginas web vía FTP. – Alta en buscadores. – Programas de diseño gráfico y otras utilidades para la web. – Catálogo online. – Flujos de caja y financiación de la tienda online. Medios de pago online y comercio electrónico móvil. – Zonas calientes y zonas de usuario. – El carrito de la compra online. – Cómo gestionar el Fulfillment y la logística en el comercio electrónico.

Evaluación: 2ª	**Objetivos generales: c) o) p) q) r) s) t) u) v) w)**
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 6. Diseña el plan de marketing digital en el mercado online, definiendo soluciones estratégicas mediante la implementación de acciones específicas de desarrollo de la marca comercial.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	UD	% EVA	ACTIVIDAD/ INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN
a) Se ha preparado un plan de marketing digital que permita alcanzar los objetivos comerciales de la empresa.	3	2,5%	Rúbrica; rúbrica de coevaluación; observación directa
b) Se han definido los procesos de posicionamiento y marketing online.	3	2,5%	Lista de cotejo; guía de evaluación (exposición oral); rúbrica; prueba objetiva con solucionario
c) Se han establecido las pautas que hay que seguir para realizar la publicidad y promoción online.	3	2,5%	Rúbrica; lista de cotejo; observación directa; rúbrica de coevaluación
d) Se han identificado los elementos que configuran el marketing de buscadores.	3	2,5%	Lista de cotejo; guía de evaluación (exposición oral); prueba objetiva con solucionario
e) Se han evaluado los retos del marketing electrónico. La confianza en los medios de pago, los problemas logísticos y la seguridad.	3	2,5%	Rúbrica

f) Se han realizado las tareas necesarias para gestionar y fidelizar a los clientes a través de la red.	3	2,5%	Rúbrica, rúbrica de coevaluación
g) Se han identificado las nuevas tendencias de comunicación y relación con el cliente en el marketing digital.	3	2,5%	Observación directa; rúbrica; rúbrica de coevaluación; lista de cotejo; prueba objetiva con solucionario
h) Se han realizado acciones de marketing efectuadas a través de dispositivos móviles.	3	2,5%	Rúbrica; rúbrica de coevaluación; lista de cotejo

CONTENIDOS DEL RA 6:

Diseño del plan de marketing digital:

- Evolución del Marketing y de la Publicidad digital.
- Desarrollo del plan de marketing digital. Elaboración de un plan de comunicación y promoción en internet.
- El comportamiento del cliente online. Segmentación y definición del público objetivo en Internet.
- Promoción online y offline de la web.
- Herramientas de posicionamiento en buscadores, email marketing, SEM/SEO y campañas en páginas afines.
- Marketing en buscadores SEM/SEO. Cómo optimizar el posicionamiento de tu web en buscadores de forma natural.
- Funcionamiento de los buscadores.
- Qué hacer para que nos indexen por primera vez.
- Qué hacer para que no nos indexen los buscadores.
- Optimización de páginas web.
- Planificación y estrategia para un óptimo posicionamiento.
- Posicionamiento en Google.
- Políticas de captación, proceso de creación de una marca.
- Análisis de estadísticas y medición de resultados.
- Marketing de afiliación.
- Formatos clásicos. Banners. Textlinks. Cajas. Skyscrapers. Layers.
- Tiendas integradas.
- Redes de afiliación.
- Marketing relacional y gestión de la relación con los clientes (CRM).
- Cross marketing.
- Marketing viral.
- Marketing one-to-one.
- Aplicaciones del mobile marketing y TDT, entre otros.

Evaluación: 1ª	**Objetivos generales: c) o) p) q) r) s) t) u) v) w)**
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 7. Define la política de comercio electrónico de la empresa, estableciendo las acciones necesarias para efectuar ventas on-line.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	UD	% EVA	ACTIVIDAD/ INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN
a) Se han establecido los parámetros necesarios para crear o adaptar un negocio on-line.	6	2,222%	PRUEBA OBJETIVA/ RÚBRICA
b) Se han definido acciones de captación enfocadas al comercio electrónico.	6	2,222%	TRABAJO/ RÚBRICA
c) Se han reconocido los modelos de negocio existentes en la red.	6	2,222%	PRUEBA OBJETIVA/ SOLUCIONARIO
d) Se ha diseñado una tienda virtual.	6	2,224%	TRABAJO/ RÚBRICA
e) Se ha planificado la gestión de los pedidos recibidos y todo el proceso logístico.	6	2,222%	TRABAJO/ RÚBRICA
f) Se han identificado los aspectos jurídicos y de protección de datos en el comercio electrónico.	6	2,222%	PRUEBA OBJETIVA/ SOLUCIONARIO OBSERVACIÓN DIRECTA/ DIARIO DEL PROFESOR
g) Se han establecido los medios de pago que se van a utilizar.	6	2,222%	TRABAJO/ RÚBRICA
h) Se han seleccionado los sistemas de seguridad que garanticen la privacidad e invulnerabilidad de las operaciones.	6	2,222%	TRABAJO/ RÚBRICA
i) Se han identificado los diferentes tipos de negocios electrónicos existentes.	6	2,222%	PRUEBA OBJETIVA/ SOLUCIONARIO OBSERVACIÓN DIRECTA/ DIARIO DEL PROFESOR

CONTENIDOS DEL RA 7:

Definición de la política de comercio electrónico de una empresa:

- Idea y diseño de una tienda virtual.
- Modelos de negocio digital, portales horizontales, B2B y B2C, entre otros.
- Negocios electrónicos. e-shop, e-mail, e-procurement, e-marketplace y e-auction, entre otros.
- Selección y registro de dominio.
- ¿Qué es un dominio?
- Dominios. Subdominios.
- Tamaño máximo que debe tener un dominio y qué caracteres son válidos.
- Escaparate web. Catálogo electrónico.

– Control logístico de las mercancías vendidas online. – La reclamación como instrumento de fidelización del cliente. – La importancia financiera de la reclamación. – Medios de pago electrónicos. – Períodos de reflexión y cancelaciones. – Criptografía, clave simétrica, clave asimétrica y cifrado de clave única. – Protección de datos en el comercio electrónico. – Firma. – Certificados digitales. – Encriptación. – Aspectos jurídicos del comercio electrónico. Los diferentes enfoques de USA, Europa y Japón. La política de la Unión Europea en comercio electrónico. Marco legal del comercio electrónico en la Unión Europea y España.

Evaluación: 2ª	**Objetivos generales: o) p) q) r) s) t) u) v) w) x)**
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.	

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

<table>
<tr><td>MEDIOS</td><td>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</td><td>Orales
Exposición
Discusión grupal
Mesa redonda
Pregunta de clase
Debate
Ponencia
Presentación oral
Comunicación
Cuestionario oral</td><td>Prácticos
Práctica supervisada
Demostración, actuación o representación
Role-playing</td></tr>
<tr><td>TÉCNICAS</td><td>El estudiante NO interviene
Análisis documental y de producciones: revisión trabajos individuales y grupales
Observación: directa del estudiante y del grupo, sistemática, análisis de grabación de audio o video.</td><td colspan="2">El estudiante participa
Evaluación compartida o colaborativa (entrevista entre profesor y estudiantes)
Autoevaluación (autorreflexión y/o el análisis documental).
Evaluación entre pares (análisis documental y/o la observación).</td></tr>
<tr><td>Instrumentos</td><td colspan="3">Diario del profesor
Escala de comprobación
Escala de diferencial semántico</td></tr>
</table>

	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 PREVISTAS	FORMACIÓN (*)
RA 1. Administra los accesos y conexiones a redes públicas, semipúblicas y privadas, utilizando navegadores y buscadores de información especializados en la red pública Internet.	12%	SI	22h	PFI
RA 2. Gestiona diversos servicios y protocolos de Internet, manejando programas de correo electrónico y de transferencia de archivos, entre otros.	12%	SI	14h	PFI
RA 3. Realiza la facturación electrónica y otras tareas administrativas de forma telemática, utilizando en cada caso software específico.	12%	SI	70h	PFPD
RA 4. Determina la estrategia que se ha de seguir en las interrelaciones con otros usuarios de la red, utilizando programas específicos, foros de	12%	SI	16h	PFI

comunicación y redes sociales de ámbito empresarial.				
RA5. Construye páginas web atractivas para los usuarios de Internet, utilizando criterios de posicionamiento, fácil manejo y persuasión.	12%	SI	14h	PFI
RA 6. Diseña el plan de marketing digital en el mercado online, definiendo soluciones estratégicas mediante la implementación de acciones específicas de desarrollo de la marca comercial.	20%	SI	24h	PFI
RA 7. Define la política de comercio electrónico de la empresa, estableciendo las acciones necesarias para efectuar ventas on-line.	20%	SI	17h	PFI
TOTALES			**177 horas**	

Leyenda:

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

4.3. Actividades de 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 recoge 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 de 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. El alumnado que no haya superado algún resultado de aprendizaje en la primera evaluación final recibirá un **plan personalizado**, conforme al **artículo 22 de la Orden de 18 de septiembre de 2025**, que recogerá los resultados de aprendizaje y criterios de evaluación no superados, así como las actividades de desarrollo, pruebas objetivas y tareas necesarias para alcanzarlos, siendo la asistencia obligatoria durante este período. Asimismo, el alumnado que desee **mejorar su calificación,** aunque haya

superado el módulo, también podrá acogerse a un plan personalizado adaptado a sus necesidades.

Conforme a lo dispuesto en el artículo 24 de la Orden de 26 de septiembre de 2025, por la que se regula la fase de formación en empresa u organismo equiparado de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional de la Comunidad Autónoma de Andalucía, las medidas de atención al alumnado cuya fase de formación en empresa u organismo equiparado se vea interrumpida, serán:

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

El periodo previsto para realizar las actividades se realizará en las fechas siguientes y se organizará como se recoge a continuación: después de la 1ª evaluación final, a partir del 22 de mayo, el alumnado que esté en la situación anterior deberá acudir a las horas del módulo para realizar las actividades que la profesora estime oportunas para alcanzar el resultado de aprendizaje no superado. Se realizará una prueba objetiva teórico-práctica final.

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

Para estos casos, las competencias no superadas deberán superarse 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

En coherencia con lo establecido en la LOMLOE y la Ley 17/2007, de Educación de Andalucía, constituyen principios y valores que deben incorporarse de manera global en todas las etapas del sistema educativo, favoreciendo una formación integral del alumnado tanto a nivel profesional como personal y social. En el módulo *"Marketing Digital"*, estos elementos se trabajan de forma práctica a través de las actividades, tareas y trabajos propuestos:

- **Educación en tecnologías de la información y la comunicación.** Es el eje del módulo. Refuerza la alfabetización digital y el pensamiento crítico ante la información de Internet: búsqueda y contraste de fuentes, correo no deseado, bulos, seguridad en la red y uso responsable de la inteligencia artificial.
- **Prevención de riesgos laborales en el uso de dispositivos electrónicos.** Posturas, ergonomía del puesto, pausas y uso saludable de pantallas.
- **Educación en lenguas extranjeras.** Se emplea la terminología técnica del marketing digital en inglés (CC/CCO, SEO, SEM, newsletter, e-commerce) y se trabajan webs y recursos en otros idiomas.
- **Educación para la igualdad entre sexos (ODS 5).** Uso de lenguaje inclusivo y análisis crítico de estereotipos en la publicidad y la comunicación comercial digital.
- **Educación medioambiental (ODS 12 y 13).** Consumo responsable, comercio electrónico sostenible y logística de bajo impacto.
- **Educación para la paz, los valores éticos y la interculturalidad.** Ética publicitaria, protección de datos y privacidad (RGPD), respeto en la comunicación en redes y trabajo con públicos diversos.
- **Capacidad emprendedora, creatividad y autonomía (ODS 8).** Los retos y proyectos del módulo parten de la creación de un negocio propio, con su presencia digital, plan de marketing y tienda online.

El día a día en el aula y la realización de actividades en grupo propician situaciones para formar en estos contenidos: colaboración, trabajo en equipo, resolución de conflictos, creatividad, igualdad, tolerancia y respeto. La educación es clave para la transformación de la sociedad, el docente debe trabajar para formar a personas activas con autoconfianza, curiosas, emprendedoras e innovadoras, deseosas de participar en la sociedad a la que pertenecen creando valor individual y colectivo.

Asimismo, dentro del Plan de Igualdad del centro, se promoverá la celebración de las siguientes efemérides en coordinación con otros programas y proyectos del centro:

- 10 de octubre: Día de la salud mental.
- 28 de octubre: Día de la empresa andaluza.
- 25 de noviembre: Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer.
- 10 de diciembre: Día de los Derechos Humanos.
- 28 de enero: Día de la Paz y la no violencia escolar.
- 8 de marzo: Día Internacional de la Mujer.
- 17 de mayo: Día Internacional contra la homofobia y transfobia.

Por otro lado, se realizarán con el grupo de 2º de Gestión de Ventas diferentes acciones dentro de los siguientes programas:

- Educomunicación: Mejorar la competencia en comunicación lingüística del alumnado tanto de forma oral como escrita haciendo uso de distintos formatos y adaptando la comunicación a los distintos entornos (educativo, empresarial/laboral, digital…).
- Innovación social y educación para el desarrollo: Fomentar el emprendimiento y la innovación. Acciones encaminadas al conocimiento y desarrollo de las *soft skills* como elementos clave para el desarrollo personal y profesional del alumnado.
- Forma Joven: Incentivar hábitos de vida saludable en el alumnado.

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 flexibilizan 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:
  - Metodologías didácticas basadas en el trabajo cooperativo en grupos heterogéneos.
  - Actividades de refuerzo educativo diferentes a las del resto.

- Formas de acceso a la información:

- Utilización de "apoyo visual" para complementar las explicaciones y facilitar la compresión (imágenes, esquemas, mapas conceptuales, pictogramas, organizadores de contenido...).
- 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.
  - 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.
  - Flexibilización de los tiempos de entrega de tareas y de pruebas.

- Instrumentos de evaluación:
  - Seguimiento a través de Moodle.

7. Actividades complementarias y extraescolares relacionadas con este módulo

En este apartado se atenderá a las actividades planificadas por el departamento para este curso 2026-2027. Actualmente, desde el módulo de Marketing Digital se está gestionando:

Actividad	Relación con el currículo
Taller sobre SEO y SEM.	- RA 6 - Soluciones estratégicas mediante la implementación de acciones específicas de desarrollo de la marca comercial.
Taller sobre el diseño de una web en WordPress.	- RA 5 - Diseño de páginas web.
Taller sobre la creación y gestión de una tienda online en PrestaShop.	- RA 7 - Política de comercio electrónico.

No obstante, 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

La evaluación del proceso de enseñanza y de la práctica docente forma parte de la función del profesorado y complementa la evaluación del aprendizaje, que según la Orden de 18 de septiembre de 2025 es objetiva, continua, formativa e integradora. Su finalidad es mejorar la calidad de la enseñanza y ajustar el proceso a las necesidades reales del alumnado de Marketing Digital. No evalúa al alumnado, sino la actuación docente, la metodología, la organización del aula y la adecuación de las actividades.

Se realizará por tres vías complementarias, con una periodicidad trimestral, coincidente con las sesiones de evaluación:

- **Contraste entre previsión e impartición.** Al finalizar cada evaluación, la profesora comparará las unidades programadas con las efectivamente impartidas y ajustará la temporalización y la metodología.
- **Autoevaluación del profesorado.** Reflexión sistemática sobre el cumplimiento de los objetivos, la metodología, el clima de aula y la participación, apoyada en la observación diaria, en los resultados de aprendizaje y en el diario del profesor.
- **Valoración del alumnado.** Al final de cada evaluación, el alumnado cumplimentará un breve cuestionario anónimo, preferentemente a través de Moodle Centros o de un formulario con código QR. Constará de ítems de valoración numérica (escala 1–5) y algunas preguntas abiertas sobre la metodología, el ritmo de trabajo y el tipo de actividades desarrolladas. Además, se realizará una breve puesta en común en el aula para recoger impresiones.

Los resultados se registrarán en el diario del profesor y se trasladarán a la revisión final de la programación La información obtenida permitirá introducir mejoras en la programación, ajustar la metodología y optimizar la intervención docente en cursos posteriores, favoreciendo una enseñanza más eficaz, participativa y adaptada al contexto de la formación profesional.

octubre 2026