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: GVS
Nº 0931
Horas totales: 192
Horas a la semana: 6
Profesor/a: Laura Cortizo López
Fecha de Entrega: Octubre 2026
Fecha de revisiones:

Introducción.

La presente programación docente, para el módulo profesional de **Marketing Digital**, se desarrolla en base a la normativa vigente:

Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales:

- El Real Decreto 1573/2011, de 4 de noviembre, BOE número 299, Martes 13 de diciembre de 2011, donde se establece el título y se fijan sus enseñanzas mínimas, y cuyo currículo se desarrolla en la Orden de 29 de Julio de 2015, BOJA 14 de Septiembre 2015.
- Anexos facilitados por la Dirección General de Formación Profesional y la Consejería de Desarrollo Educativo y Formación Profesional que detalla el currículo del título.

Otras disposiciones:

- Real Decreto 659/2023, de 18 de julio, por el que se desarrolla la **ordenación del Sistema de Formación Profesional**.
- Decreto 147/2025, de 17 de septiembre de 2025, por el que se establece la **ordenación de las enseñanzas** de los Grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía.
- Real Decreto 500/2024, de 21 de mayo, por el que se modifican determinados reales decretos por los que se establecen títulos de Formación Profesional de grado superior y se fijan sus enseñanzas mínimas.
- Decreto 147/2025, de 17 de septiembre de 2025, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas de los Grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía.
- 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.
- Orden de 11 de febrero de 2026, por la que se regula la oferta modular diferenciada de las enseñanzas de los grados D y E del sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía y se desarrolla el Catálogo Modular Andaluz de Formación Profesional.
- 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.
- Instrucciones de 20 de mayo de 2026 de la Dirección General de Formación Profesional y Educación Permanente, por la que se establecen aspectos relativos a la evaluación final del alumnado de las enseñanzas de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional para el curso 2025/2026 en los centros docentes de la Comunidad Autónoma de Andalucía.
- Resolución de 24 de julio de 2026 de la Dirección General de Formación Profesional y Educación Permanente por la que se dictan instrucciones para determinar aspectos relativos a la distribución horaria y a la concreción curricular de las enseñanzas correspondientes a los grados D y E del sistema de Formación Profesional para el curso escolar 2026/2027 en la comunidad autónoma de Andalucía, conforme a lo dispuesto en el Real Decreto 659/2023, de 18 de julio, por el que se desarrolla la ordenación del sistema de Formación Profesional.

Al tratarse de una **enseñanza online** se le ha dado bastante importancia a la información obtenida a través de Internet, por lo que se ofrece un listado de direcciones en donde se podrán ampliar los conocimientos adquiridos, o consultar alguna curiosidad, y a la vez trabajar en algunas de las actividades propuestas. Se recomienda realizar todas las actividades de autoevaluación para comprobar el grado de comprensión de los diversos conceptos, así como seguir todas las instrucciones del profesorado.

Cada una de las unidades didácticas presenta los **objetivos, criterios de evaluación y algunas orientaciones** sobre cómo trabajar la unidad y sobre los recursos para el desarrollo de las actividades.

En la **modalidad de enseñanza presencial**, a este módulo profesional le corresponden **192 horas de clase o lectivas (6 horas semanales)**. En esta modalidad a distancia no es posible indicar una dedicación horaria para cada módulo, ya que esto depende del alumno, entre otros condicionantes, pero puede ser interesante considerar este número de horas como una referencia relativa y utilizarlo para baremar y comparar el tiempo necesario para superar cada módulo. Debe tenerse en cuenta que los alumnos en la modalidad presencial, además de esas **6 horas semanales** de clase, deben dedicar también tiempo en casa para estudiar y hacer tareas, por lo que el tiempo requerido es sin duda mayor.

CONTEXTO

A la hora de elaborar la programación, es importante tener en cuenta el contexto sociocultural en el que se desarrollará el proceso de enseñanza-aprendizaje.

El IES Miguel Romero Esteo se encuentra situado en un barrio de Málaga de gran densidad de población, mayoritariamente de clase media, existiendo otro instituto de secundaria junto al nuestro.

No obstante, es necesario mencionar que los alumnos que cursan nuestro ciclo no son precisamente de nuestro entorno más cercano, sino que proceden de una amplia zona geográfica, principalmente de distintas zonas de Málaga capital y de municipios de la provincia. Un porcentaje menor procede de otras ciudades y municipios cercanos a Málaga.

El nivel de formación previo, en general, lo podemos considerar normal o superior ya que si bien la mayoría se incorporan con los estudios de bachiller, son también numerosos los que lo hacen con otros títulos de Formación Profesional Superior o desencantados del ámbito universitario que buscan incorporarse, a la mayor brevedad posible, al mercado laboral. También hay alumnos que después de un parón de varios años deciden retomar los estudios. El alumnado que presenta este perfil suelen tener más problemas para seguir la dinámica del curso tanto por la pérdida del hábito de estudio como por haber olvidado conceptos que son imprescindible en un ciclo superior.

Destacar también que una parte importante del alumnado que tenemos compagina la actividad docente con una actividad laboral. Precisamente, para este tipo de personas van dirigidos los ciclos semipresenciales, aunque también ahí reside el problema de que dicha actividad laboral le interfiere demasiado en sus estudios ya que suelen matricularse en más módulos de los que, objetivamente, podrían superar en el curso académico.

El ciclo se imparte en régimen nocturno y, por tanto, el ambiente en el centro es de personas adultas, lo que implica cierta homogeneidad en comportamiento, intereses, valores, etc, cuestiones que facilita bastante la convivencia y el normal desarrollo de la actividad de enseñanza-aprendizaje.

Este módulo del segundo curso del ciclo de Gestión de Ventas y Espacios Comerciales, tiene una duración de **192 horas** lectivas a razón de **6 horas semanales**, **cuatro de ellas en la modalidad a distancia y dos presenciales en el centro educativo.**

1. Competencias, objetivos y resultados de aprendizaje.

El Real Decreto 1573/2011, de 4 de noviembre, que fija sus enseñanzas mínimas y cuyo currículo se desarrolla en la Orden de 29 de Julio de 2015, BOJA 14 de Septiembre 2015, establece las competencias, los objetivos generales y los resultados de aprendizaje que debe adquirir el alumnado con la realización de este módulo profesional, para dar respuesta al sistema productivo y alcanzar las unidades de competencia asociadas, **Organizar la implantación de productos/servicios en la superficie de venta y Organizar y controlar las acciones promocionales en espacios comerciales,** las cuales son imprescindibles para la cualificación profesional del Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales.

Según el Real Decreto 1573/2011, de 4 de noviembre, el título **Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales** proporciona la siguiente **competencia general**:

"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."

Este módulo profesional contiene 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

Este módulo profesional contribuye a alcanzar la competencia general y no es un módulo asociado a unidades de competencia.

1.1. Competencias profesionales, personales y sociales.

Desglosamos las **Competencias Profesionales, Personales y Sociales** a las que contribuye este módulo profesional, según la Orden que lo regula, si bien a algunas de ellas se contribuye muy superficialmente y entran de lleno en el ámbito específico de otros módulos profesionales del ciclo.

Relación de **Competencias profesionales**, **personales y sociales**, respetando la letra con la que se relaciona en la Orden que regula el ciclo formativo de Gestión de Ventas y Espacios Comerciales en Andalucía:

- 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.

1.2. Objetivos generales.

Desglosamos los **Objetivos Generales** a los que contribuye este módulo profesional, según la orden que lo regula, si bien a algunos de ellos se contribuye muy tangencialmente y entran de lleno en el ámbito específico de otros módulos profesionales del ciclo formativo.

Relación de **Objetivos generales del módulo**, respetando la letra con la que se relaciona en la Orden que regula el ciclo formativo de **GVEC** en Andalucía:

- 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.

1.3. Resultados de aprendizaje.

Finalmente, pasamos a desglosar los **Resultados de Aprendizaje** (abreviado **RA**) a los que contribuye este módulo profesional, según la Orden que regula este ciclo formativo.

Ponderación de los Resultados de Aprendizaje

Resultado de Aprendizaje	Ponderación (%)	Carga horaria	Formación (1)
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.	14	26	DC/PFI
RA 2. Gestiona diversos servicios y protocolos de Internet, manejando programas de correo electrónico y de transferencia de archivos, entre otros.	14	27	PFPD
RA 3. Realiza la facturación electrónica y otras tareas administrativas de forma telemática, utilizando en cada caso software específico.	12	26	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 comunicación y redes sociales de ámbito empresarial.	14	26	DC/PFI
RA5. Construye páginas web atractivas para los usuarios de Internet, utilizando criterios de posicionamiento, fácil manejo y persuasión.	14	24	DC/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.	16	36	DC/PFI
RA 7. Define la política de comercio electrónico de la empresa, estableciendo las acciones necesarias para efectuar ventas on-line.	16	27	DC/PFI

- (1) Leyenda: **PFI-**Plan de Formación Inicial en el Centro. **PFPD-**Plan de FP DUAL. **DC-**Docencia en el Centro de Estudios.
- Relación de empresas y actividades. En el programa formativo dual se recogen las empresas y se describen las actividades que realizarán el alumnado en las empresas.

2. Unidades de Trabajo.

El módulo tiene una duración de 192 horas y lo componen un total de 7 unidades de trabajo, cada una con la siguiente carga horaria:

Distribución de la carga horaria por unidades

Unidad de trabajo	Carga horaria
UT01. Internet en la empresa comercial.	26
UT02. Servicios y protocolos de internet.	27
UT03. Redes sociales en la empresa comercial.	26
UT04. Páginas web comerciales.	26
UT05. Comercio electrónico.	24
UT06. Plan de marketing digital.	36
UT07. Tareas administrativas a través de internet.	27
Total horas	192

UT01: Internet en la empresa comercial.

Tabla de resultados de aprendizaje y contenidos para la unidad UT1

RA	CP	OG	Contenidos propuestos	Contenidos según normativa
RA1	c), l), m), ñ) o), r)	c), o), p), q), r), s), t), u), v), w), x)	Internet en la empresa comercial. 1.- Introducción. 2.- Concepto de Internet. 2.1.- Origen de Internet. 2.2.- La revolución de Internet. 2.3.- Evolución de Internet. 3.- La estructura de Internet. Redes punto a punto. 3.1.- La estructura de Internet. Redes cliente/servidor. 3.2.- Protocolos TCP/IP. 3.3.- Direcciones IP. 3.4.- Los dominios de la red. 3.5.- El lenguaje de Internet. 3.6.- Lenguaje HTTP. 3.7.- Transferencia de archivos FTP. 4.- Conexión a Internet. 4.1.- Conexión telefónica ADSL (Línea Digital Asimétrica de Abonado). 4.2.- Conexión por cable. 4.3.- Conexión inalámbrica. 4.4.- Conexión por otros medios: satélite, línea eléctrica, GPRS. 4.5.- Proveedores de servicio de Internet. 4.6.- Configuración del acceso a Internet. 4.7.- Intranet. 4.8.- Extranet. 5.- Navegación por Internet. 5.1.- Concepto de navegador. 5.2.- Principales navegadores. 5.3.- Características del navegador 5.4.- Herramientas del navegador. 5.5.- Historial de navegación y páginas web favoritas. 5.6.- Navegar sin conexión. 5.7.- Web Responsive 6.- Los buscadores. 6.1.- Motores de búsqueda o buscadores. 6.2.- El buscador Google. 6.3.- Buscadores temáticos. Multibuscadores y metabuscadores. 6.4.- Utilización de la barra del buscador. 6.5.- Búsqueda con operadores booleanos. 6.6.- Búsquedas avanzadas con Google. 6.7.- El buscador Bing. 6.8.- SEO/SEM	**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.

CP = Competencias Profesionales. **OG** = Objetivos Generales. **RA**: Resultados de Aprendizaje
En las columnas **CP**, **OG** y **RA**, el número o letra se corresponde con las tablas anteriores.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN RA1.

1.a) Se han identificado los conceptos esenciales de funcionamiento y uso de la red.
1.b) Se han evaluado los distintos sistemas de conexión a la red.
1.c) Se ha configurado el acceso al sistema informático en la red.
1.d) Se han comprobado las características propias de las intranets y las extranet.
1.e) Se han utilizado los principales programas navegadores para moverse por la red.
1.f) Se han realizado búsquedas selectivas de información mediante aplicaciones específicas.
1.g) Se han utilizado buscadores especializados por temas y otras aplicaciones de búsqueda avanzada.

UT02: Servicios y protocolos de internet.

Tabla de resultados de aprendizaje y contenidos para la unidad UT2

RA	CP	OG	Contenidos propuestos	Contenidos según normativa
RA2	c), l), m), n), ñ) o), p), q), r)	c), o), p), q), r), s), t), u), v), w), x)	Servicios y protocolos de internet. 1.- Introducción. 2.- Correo electrónico. 2.1.- Qué es y cómo funciona el correo electrónico. 2.2.- Servidores de correo electrónico. 2.3.- Estructura del mensaje de correo electrónico. 2.4.- Peligros y amenazas del correo electrónico. 3.- Modalidades de cuentas de correo electrónico. 3.1.- Correo web y correo POP3. 3.2.- Correo web: Obtención de cuenta 3.3.- Correo web: Configuración 3.4.- Correo web: Acciones básicas 3.5.- Gestión de una cuenta POP3. 3.6.- Cuenta POP3: Configuración 3.7.- Cuenta POP3: Gestores de correo electrónico. 3.8.- Cuenta POP3: Acciones básicas 3.9.- Cuenta POP3: Adjuntar archivos 3.10.- Personalizar un correo electrónico. 4.- Las listas de correo. 4.1.- La libreta de direcciones. 4.2.- Gestión de listas de correo electrónico. 4.3.- Email marketing: Newsletter 5.- Transferencia de archivos por internet. 5.1.- Descarga de archivos vía navegador. 5.2.- FTP o File Transfer Protocol. 5.3.- Descarga de archivos de un servidor FTP. 5.4.- Programas FTP. 5.5.- Documentos en formato PDF. 6.- Intercambio de archivos a través de internet. 6.1.- Programas P2P (Pear to pear, red punto a punto). 6.2.- Redes P2P que utilizan los diferentes programas. 6.3.- Descargas de recursos de audio, vídeo y software. 6.4.- Programas Freeware y Shareware. 6.5.- Delitos contra la propiedad intelectual en la descarga de archivos. 6.6.- Utilización legal de contenidos y archivos digitales.	**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.

CP = Competencias Profesionales. **OG** = Objetivos Generales. **RA**: Resultados de Aprendizaje
En las columnas **CP**, **OG** y **RA**, el número o letra se corresponde con las tablas anteriores.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN RA2.

2.a) Se han identificado los elementos que configuran el correo electrónico.
2.b) Se ha utilizado el correo electrónico directamente desde la web.
2.c) Se han utilizado programas de cliente de correo electrónico para gestionar el envío y la recepción de mensajes.
2.d) Se ha identificado el protocolo de red para la transferencia de archivos (FTP) desde un equipo cliente a un servidor.
2.e) Se han compartido archivos a través de una red de ordenadores entre iguales (peer-to-peer P2P).
2.f) Se ha descargado software gratuito con y sin limitaciones de tiempo de uso.
2.g) Se han realizado descargas de vídeos, música y videojuegos, entre otros.

UT03: Redes sociales en la empresa comercial.

Tabla de resultados de aprendizaje y contenidos para la unidad UT3

RA	CP	OG	Contenidos propuestos	Contenidos según normativa
RA4	c), l), m), n), ñ) o), p), q), r)	c), o), p), q), r), s), t), u), v), w), x)	Redes sociales en la empresa comercial. 1.- Comunicación en tiempo real. 1.1.- Los grupos de conversación o chat. Programas IRC. 1.2.- Mensajería Móvil 1.2.1.- Whatsapp 1.3.- Foros de comunicación. 1.3.1- Como leer y escribir en un foro. 2.- Redes sociales. 2.1.- Web 2.0. 2.2.- Webblogs, blogs o bitácoras. 2.3.- Los microblogs y los widget. 2.4.- Podcast. Tecnología RSS. 2.5.- Youtube 2.6.- Facebook (Meta) 2.7.- Instagram 2.8.- Otras redes sociales 3.- Telefonía por Internet. 3.1.- Telefonía IP. Programas usados. 3.2.- Videoconferencia. 3.3.- Software de videoconferencias. 4.- Gestión de la reputación. 4.1.- Campañas de comunicación a través de las redes sociales. Los medios sociales. 5.- Community Manager VS Social Media Manager 5.1.- Funciones y competencias del Community Manager 5.2.- Funciones y competencias del Social Media Manager	**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.

CP = Competencias Profesionales. **OG** = Objetivos Generales. **RA**: Resultados de Aprendizaje
En las columnas **CP**, **OG** y **RA**, el número o letra se corresponde con las tablas anteriores.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN RA4.

4.a) Se han utilizado programas web para mantener cibercharlas de texto.
4.b) Se han utilizado programas de mensajería instantánea.
4.c) Se han aplicado sistemas de comunicación oral que utilizan solo sonido o sonido e imagen.
4.d) Se han establecido contactos con otros usuarios de la red a través de foros de debate y opinión.
4.e) Se han establecido contactos sobre temas concretos a través de blogs temáticos de contenido profesional.
4.f) Se han efectuado comunicaciones, publicidad y ventas con otros usuarios de la red a través de redes sociales.
4.g) Se han generado contenidos audiovisuales y fotográficos de la actividad, productos y procesos comerciales.

UT04: Páginas web comerciales.

Tabla de resultados de aprendizaje y contenidos para la unidad UT4

RA	CP	OG	Contenidos propuestos	Contenidos según normativa
RA5	c), l), m), n), ñ) o), p), q), r)	c), o), p), q), r), s), t), u), v), w), x)	Páginas web comerciales. 1.- La idea de página Web. 1.1.- Cuestiones técnicas. 1.2.- Estructurar la página Web. 2.- Software de creación de páginas Web. 2.1.- Estructura HTML. 2.2.- Los enlaces. 2.3.- Hojas de estilo en cascada. 2.4.- Entorno WYSIWYG. Programas de contenido multimedia. 2.5.- Algunos programas de editores visuales. 2.6.- Programas de diseño gráfico. 2.7.- Preparación de imágenes y mapas de imágenes. 2.8.- Programas de tablas y capas. 3.- Diseño Web. 3.1.- Organizar el contenido. 3.2.- Organización de contenidos. 3.3.- Páginas estáticas y páginas dinámicas. 3.4.- Servidores, plataformas y navegadores donde cargar el sitio. 4.- Registro del dominio. 4.1.- Edad y geolocalización del dominio. Dominios espejo. 4.2.- Elección del dominio. 4.3.- Indexabilidad de la página. Las URL. 4.4.- Registro del sitio. 4.5.- Alojamiento web. 4.6.- Gestor de contenidos. 4.6.1- Wordpress 5.- Alta en buscadores. 5.1.- Reconocimiento de las páginas de la web 5.2.- Etiquetas de la página. 6. Mantenimiento de la página Web. 6.1.- Verificación y procesado del catálogo on-line. 6.2.- Efectividad y eficiencia del catálogo on-line. 6.3.- Flujos de caja y financiación de la tienda on-line	**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.

CP = Competencias Profesionales. **OG** = Objetivos Generales. **RA**: Resultados de Aprendizaje
En las columnas **CP**, **OG** y **RA**, el número o letra se corresponde con las tablas anteriores.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN RA5.

5.a) Se han redactado las sentencias más utilizadas en lenguaje de etiquetas de hipertexto (HTML).
5.b) Se han utilizado programas comerciales que permiten crear de forma sencilla los ficheros que componen las páginas web.
5.c) Se ha registrado la dirección de páginas web con dominio propio o con alojamiento.
5.d) Se han enviado al servidor de Internet ficheros web creados mediante programas especializados en esta tarea.
5.e) Se han utilizado programas específicos de inclusión de textos, imágenes y sonido.
5.f) Se ha construido una web eficiente para el comercio electrónico.
5.g) Se han incluido en la web enlaces de interés capaces de generar tráfico orientado e interesado en lo que se ofrece.

UT05: Comercio electrónico.

Tabla de resultados de aprendizaje y contenidos para la unidad UT5

RA	CP	OG	Contenidos propuestos	Contenidos según normativa
RA7	c), l), m), n), ñ) o), p), q), r)	c), o), p), q), r), s), t), u), v), w), x)	Comercio electrónico. 1.- La tienda on-line. 1.1.- Ventajas e inconvenientes del comercio electrónico. 1.2.- Objetivo de ventas. 1.3.- La idea de tienda on-line. 2.- Tipología de negocio digital. 2.1.- Portales horizontales y B2B. 2.2.- El B2C, Business to Costumer, y el C2C, Costumer to Costumer. 2.3.- El C2B, Costumer to Business, y e-government. 2.4.- Nuevas relaciones comerciales electrónicas. 2.5.- Comercio electrónico móvil, M-Comerce. 3.- Modelos de comercio electrónico. 3.1.- Escaparate virtual y comercio virtual. 3.2.- Los modelos de suscripción y afiliación. 3.3.- Mediador e infomediario. 4.- El escaparate on-line. 4.1.- Catálogo y contenidos. Visibilidad. 4.2.- Zonas calientes y frías 5.- Medios de pago electrónicos. 5.1.- Medios de pago electrónicos 5.2.- Pasarelas de pago 5.3.- Seguridad en el pago on-line. 5.4.- Criptografía. 6.- Otros aspectos de comercio electrónico. 6.1.- Aplicaciones informáticas de comercio electrónico. 6.2.- Aspectos jurídicos del comercio electrónico. 6.3.- El comercio electrónico en los principales mercados. 6.4.- El control logístico en los negocios on-line. 6.5.- Reclamaciones y devoluciones en los e-commerces.	**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.

CP = Competencias Profesionales. **OG** = Objetivos Generales. **RA**: Resultados de Aprendizaje
En las columnas **CP**, **OG** y **RA**, el número o letra se corresponde con las tablas anteriores.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN RA7.

7.a) Se han establecido los parámetros necesarios para crear o adaptar un negocio on-line.
7.b) Se han definido acciones de captación enfocadas al comercio electrónico.
7.c) Se han reconocido los modelos de negocio existentes en la red.
7.d) Se ha diseñado una tienda virtual.
7.e) Se ha planificado la gestión de los pedidos recibidos y todo el proceso logístico.
7.f) Se han identificado los aspectos jurídicos y de protección de datos en el comercio electrónico.
7.g) Se han establecido los medios de pago que se van a utilizar.
7.h) Se han seleccionado los sistemas de seguridad que garanticen la privacidad e invulnerabilidad de las operaciones.
7.i) Se han identificado los diferentes tipos de negocios electrónicos existentes.

UT06: Plan de marketing digital.

Tabla de resultados de aprendizaje y contenidos para la unidad UT6

RA	CP	OG	Contenidos propuestos	Contenidos según normativa
RA6	c), l), m), n), ñ) o), p), q), r)	c), o), p), q), r), s), t), u), v), w), x)	El plan de marketing digital. 1.- El plan de marketing digital. 1.1.- Estructura de un Plan de Marketing 1.1.1.- Análisis de Situación 1.1.2.- Definición de objetivos de marketing 1.1.3.- Segmentación y Público Objetivo 1.1.3.1 Características del consumidor online 1.1.4.- Marco Deontológico y Jurídico 1.1.5.- Estrategia 1.1.6.- Plan de acciones y tácticas 1.1.7.- Presupuesto y asignación de recursos 1.1.8.- Métricas y Evaluación 2.- Políticas de Marketing 2.1.- Herramientas de Marketing Digital 2.2.- Outbound marketing 2.3.- Inbound marketing 2.3.1.- Creación de contenido 2.4.- Campañas Publicitarias online 2.4.1.- Clasificación 2.4.2.- Plataformas 3.- Posicionamiento en buscadores. 3.1.- Funcionamiento de un buscador 3.2.- Marketnig en buscadores (SEM) 3.3.- Indexación. 3.4.- Herramientas para el posicionamiento	**Conceptos de 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.

CP = Competencias Profesionales. **OG** = Objetivos Generales. **RA**: Resultados de Aprendizaje
En las columnas **CP**, **OG** y **RA**, el número o letra se corresponde con las tablas anteriores.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN RA6.

6.a) Se ha preparado un plan de marketing digital que permita alcanzar los objetivos comerciales de la empresa.
6.b) Se han definido los procesos de posicionamiento y marketing online.
6.c) Se han establecido las pautas que hay que seguir para realizar la publicidad y promoción online.
6.d) Se han identificado los elementos que configuran el marketing de buscadores.
6.e) Se han evaluado los retos del marketing electrónico. La confianza en los medios de pago, los problemas logísticos y la seguridad.
6.f) Se han realizado las tareas necesarias para gestionar y fidelizar a los clientes a través de la red.
6.g) Se han identificado las nuevas tendencias de comunicación y relación con el cliente en el marketing digital.
6.h) Se han realizado acciones de marketing efectuadas a través de dispositivos móviles.

UT07: Tareas administrativas a través de internet.

Tabla de resultados de aprendizaje y contenidos para la unidad UT7

RA	CP	OG	Contenidos propuestos	Contenidos según normativa
RA3	c), l), m), n), ñ) o), p), q), r)	c), o), p), q), r), s), t), u), v), w), x)	Tareas administrativas a través de internet 1.- Introducción. 2.- La factura electrónica. 2.1.- Concepto de factura electrónica. 2.2.- Funcionamiento de la factura electrónica. 2.3.- Utilización de la factura electrónica. 2.4.- Formatos de la factura electrónica. 2.5.- Conservación de las facturas electrónicas. 2.6.- FactuSol 2.7.- Ley 18/2022, de 28 de septiembre, de creación y crecimiento de empresas. 3.- Trámites administrativos con otras empresas y con organismos públicos. 3.1.- Trámites con la Agencia Tributaria 3.2.- Trámites con la Seguridad Social. 3.3.- Banca electrónica. 3.4.- Contratación electrónica. 4.- Firma y certificación electrónica. 4.1.- La firma digital. 4.2.- Formatos de firma. 4.3.- Sistema EDI. 4.4.- Firma en documentos PDF. 4.5.- Criptografía y sistemas de cifrado. 4.6.- Cifrado de claves públicas y privadas. 4.7.- Los certificados digitales. 5.- Seguridad en internet. 5.1.- Diseño de la seguridad en Internet. 5.2.- La privacidad en Internet. 5.3.- Las cookies. 5.4.- Riesgos en Internet. 5.5.- Amenazas y delitos en Internet. 5.6.- Los virus informáticos. 5.7.- Protección de datos. 5.8.- Robo de identidad o phishing. 5.9.- Correos electrónicos no deseados o Spam. 5.10.- Medidas de seguridad en los equipos informáticos. 5.11.- Protección por puertos y firewall. 5.12.- Programas antivirus y antiespías.	**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.

CP = Competencias Profesionales. **OG** = Objetivos Generales. **RA**: Resultados de Aprendizaje
En las columnas **CP**, **OG** y **RA**, el número o letra se corresponde con las tablas anteriores.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN RA3.

3.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).
3.b) Se ha establecido la transmisión telemática entre ordenadores.
3.c) Se ha garantizado la integridad y autenticidad de las transmisiones telemáticas a través de una firma electrónica reconocida.
3.d) Se han utilizado aplicaciones específicas de emisión de facturas electrónicas.
3.e) Se han utilizado herramientas comunes en Internet relativas a la relación de nuestra empresa con organismos públicos y otras entidades.
3.f) Se han probado diversas herramientas de tipo generalista que se utilizan en la red.
3.g) Se han identificado los programas perjudiciales para la seguridad e integridad de los datos almacenados en nuestros equipos informáticos.
3.h) Se han aplicado las barreras de seguridad necesarias para salvaguardar la información de nuestra empresa.

3. Secuencias de unidades didácticas y temporalización

Las fechas previstas de aparición de cada unidad son las siguientes:

Marketing Digital

Unidad	Fecha de inicio	Fecha de apertura de la unidad *	Permitir entregas de tareas desde la fecha	Fecha de entrega óptima de las tareas	Fecha límite (dejar de recibir tareas desde)	Evaluación
1. Internet en la empresa comercial	21/09/2026		28/09/2026	30/10/2026	30/10/2026	Parcial
2. Servicios y protocolos de internet	12/04/2027		19/04/2027	11/06/2027	11/06/2027	Final
3. Redes sociales en la empresa comercial	23/11/2026		30/11/2026	20/12/2026	20/12/2026	Parcial
4. Páginas web comerciales	08/01/2027		18/01/2027	14/02/2027	14/02/2027	Parcial
5. Comercio electrónico	15/02/2027		22/02/2027	11/04/2027	11/04/2027	Final
6. Plan de marketing digital	13/10/2026		19/10/2026	22/11/2026	22/11/2026	Parcial
7. Tareas administrativas a través de internet	12/04/2027		19/04/2027	11/06/2027	11/06/2027	Final

Debes tener en cuenta que:

- La fecha de finalización **recomendada** de la unidad es una fecha orientativa para la entrega de la misma y es anterior a la fecha límite. Es la fecha en la que se recomienda terminar con esa unidad, incluyendo la entrega de la tarea correspondiente, para poder llevar un buen seguimiento del curso.
- La **fecha LÍMITE de entrega de una tarea** indica el último día en el que se puede entregar dicha tarea (incluyendo el segundo envío en caso de que fuera necesario). **Después de la fecha límite no se corregirán las tareas enviadas.** Por tanto, se recomienda su entrega al menos una semana antes de la fecha indicada para tener la posibilidad de un segundo envío.
- Se recomienda al alumnado la **entrega progresiva de tareas conforme se vayan finalizando las unidades didácticas**, intentando ajustarse a la fecha recomendada para entregar cada tarea, garantizándose así la posibilidad de un segundo reenvío en caso de que no estuviera aprobado el primero.
- **No se aceptará ningún envío de tareas fuera de los plazos indicados**, salvo circunstancias excepcionales, que valorará el profesor previa acreditación documental y valoración de las mismas.
- **Flexibilidad por incorporación tardía:** Para el alumnado que se matricule o incorpore con retraso a las clases, se recogerá en la programación didáctica un calendario que les permita entregar las tareas de forma progresiva.

Fase de Formación en la Empresa

- Los resultados de aprendizaje que se impartirán en la empresa son el RA2 y el RA3, que se corresponden con las unidades de trabajo 2 y 7, y representan un 26% de la carga horaria del módulo.
- La Fase de Formación en la Empresa comprende el periodo 12 de abril al 11 de junio, esto es, 44 días lectivos y un total de 54 horas lectivas del módulo.

3.1. Sesiones presenciales.

La Orden de 11 de febrero de 2026, establece en su artículo 5.3. que las sesiones de docencia presencial tendrá como objetivo el desarrollo de actividades y tareas en el centro educativo.

Estas sesiones presenciales se dedicará a facilitar al alumnado las ayudas pertinentes en la realización de tareas, resolver dudas respecto a los aspectos esenciales del currículo, orientar hacia el uso de las herramientas de comunicación empleadas por esta modalidad de enseñanza, afianzar las interacciones cooperativas entre el alumnado, promover la adquisición de los conocimientos, competencias básicas o profesionales que correspondan y, en su caso, reforzar la práctica de las destrezas orales. Por lo tanto, se establece cuatro tipos de sesiones presenciales:

- **Sesiones de acogida del alumnado** se realizan en la primera semana del curso para explicar al alumnado los aspectos generales del ciclo, características de la enseñanza semipresencial, el uso del Aula Virtual, las características más importantes de cada módulo profesional, criterios de evaluación, calendario de las sesiones presenciales, etc.
- **Sesiones expositivas y/o de resolución de dudas**. Se realizarán sesiones expositivas para introducir una unidad o profundizar en aspectos que, a juicio del profesorado, requieren una especial atención, etc.
- **Sesiones de Actividades o Tareas presenciales**. Su objetivo es que el alumnado realice un determinado taller o caso práctico relacionado con los resultados de aprendizaje del módulo profesional. Su realización es obligatoria. Recogido en el aparado 5.2.2
- **Sesiones de desarrollo de Pruebas presenciales**. Recogido en el apartado 5.2.1.

Listado **orientativo** de Sesiones presenciales del módulo:

Primer cuatrimestre.

Fecha	Unidad	Descripción	Evaluable
Sesión 1 22/09/2026	**UT01**	**Presentación del módulo y evaluación inicial.** **Presentación unidad 1: Internet en la empresa comercial.**	
Sesión 2 29/09	UT01	Desarrollo de la unidad, resolución de dudas, ejemplos prácticos y apoyo a la tarea. Tareas presenciales de la unidad 1.	Sí
Sesión 3 6/10	UT01	Desarrollo de la unidad, resolución de dudas, ejemplos prácticos y apoyo a la tarea. Tareas presenciales de la unidad 1.	SÍ
Sesión 4 13/10	**UT01 UT06**	Prueba escrita de la unidad 1. **Presentación unidad 6: Plan de marketing digital.**	Sí
Sesión 5 20/10	UT06	Continuación de la 1ª parte de la unidad. Tarea presencial plan de marketing digital: apartados 1 a 3.	
Sesión 6 27/10	UT06	Tarea presencial plan de marketing digital: apartados 4 y 5.	
Sesión 7 3/11	UT06	Tarea presencial plan de marketing digital: apartados 6 a 8.	
Sesión 8 10/11	UT06	Tarea presencial plan de marketing digital: apartado 9.	
Sesión 9 17/11	UT06	Tarea presencial plan de marketing digital: apartados 10 y 11. Entrega final de la tarea presencial: plan de marketing digital completo	SÍ
Sesión 10 24/11	**UT03**	**Presentación unidad 3: Redes sociales en la empresa comercial.** Tarea presencial: social media plan.	
Sesión 11 1/12	UT03	Desarrollo de la unidad, resolución de dudas, ejemplos prácticos y apoyo a la tarea. Tarea presencial: social media plan.	
Sesión 12 15/12	UT03	Desarrollo de la unidad, resolución de dudas, ejemplos prácticos y apoyo a la tarea. Entrega final tarea presencial: social media plan.	SÍ
Sesión 13 12/01/2027	**UT04**	**Presentación unidad 4: Páginas web comerciales.** Tarea presencial: creación de páginas web.	
Sesión 14 19/01	UT04	Desarrollo de la unidad, resolución de dudas, ejemplos prácticos y apoyo a la tarea. Tarea presencial: creación de páginas web.	
Sesión 15 26/01	UT04	Desarrollo de la unidad, resolución de dudas, ejemplos prácticos y apoyo a la tarea. Tarea presencial: creación de páginas web.	
Sesión 16 2/02	UT04	Desarrollo de la unidad, resolución de dudas, ejemplos prácticos y apoyo a la tarea. Tarea presencial: creación de páginas web.	
Sesión 17 9/02	UT04	Desarrollo de la unidad, resolución de dudas, ejemplos prácticos y apoyo a la tarea. Tarea presencial: creación de páginas web.	
Sesión 18 16/02	UT04	Desarrollo de la unidad, resolución de dudas, ejemplos prácticos y apoyo a la tarea. Entrega final de la tarea presencial: creación de páginas web.	SÍ

Segundo cuatrimestre.

Fecha	Unidad	Descripción	Evaluable
Sesión 19 2/03	**UT05**	**Presentación unidad 5: Comercio electrónico.** Tarea presencial: creación de tienda online.	
Sesión 20 9/03	UT05	Desarrollo de la unidad, resolución de dudas, ejemplos prácticos y apoyo a la tarea. Tarea presencial: creación de tienda online.	
Sesión 21 16/03	UT05	Desarrollo de la unidad, resolución de dudas, ejemplos prácticos y apoyo a la tarea. Tarea presencial: creación de tienda online.	
Sesión 22 30/03	UT05	Desarrollo de la unidad, resolución de dudas, ejemplos prácticos y apoyo a la tarea. Tarea presencial: creación de tienda online.	
Sesión 23 6/04	UT05	Desarrollo de la unidad, resolución de dudas, ejemplos prácticos y apoyo a la tarea. Entrega final de la tarea presencial: creación de tienda online.	SÍ
13/04 a 8/06	**UT02 UT07**	**Formación en empresa.** Sin sesiones presenciales en el centro educativo. Unidad 2: Servicios y protocolos de Internet. Unidad 7: Tareas administrativas a través de Internet.	SÍ

4. Metodología y materiales didácticos.

👀 Debes conocer

El marco regulador de la modalidad semipresencial en la oferta modular diferenciada de Formación Profesional en Andalucía se fundamenta en lo dispuesto en el Decreto 147/2025, de 17 de septiembre, la Orden de 11 de febrero de 2026 y la Orden de 18 de septiembre de 2025. Conforme a dicho marco normativo, la ordenación académica y metodológica de las enseñanzas impartidas en esta modalidad se articula con arreglo a los siguientes principios y directrices:

1. Principios pedagógicos

- **Aprendizaje autónomo y adaptado:** El proceso formativo se fundamenta en el autoaprendizaje sistematizado mediante la aplicación del modelo de Diseño Universal para el Aprendizaje (DUA). Se promoverá el uso de metodologías activas orientadas a la resolución de casos prácticos, permitiendo la incorporación de herramientas informáticas de simulación e inteligencia artificial.
- **Recursos didácticos específicos:** La enseñanza se apoyará en materiales didácticos interactivos y soportes multimedia diseñados exclusivamente para su impartición en entornos virtuales.

2. Organización de la docencia telemática

- **Docencia remota asíncrona:** Constituye la base del proceso de aprendizaje. El alumnado accederá a los contenidos, lecturas obligatorias y tareas a través del Aula Virtual en Moodle, lo que permite la autogestión del tiempo formativo.Docencia remota síncrona: Se llevará a cabo en tiempo real mediante las herramientas de audio y videoconferencia integradas en la plataforma. Comprende la celebración de sesiones de acogida, presentación de unidades didácticas y resolución de dudas o ejercicios prácticos.
- **Garantías procedimentales:** La asistencia a las sesiones síncronas no tendrá carácter obligatorio para el alumnado. Dichas sesiones se convocarán a través del Aula Virtual con una antelación mínima de 48 horas, se planificarán evitando el solapamiento horario entre módulos y serán objeto de grabación obligatoria para su posterior consulta en diferido.

3. Atención tutorial y seguimiento académico

- **Atención síncrona:** El profesorado asignará a la atención telemática directa (individual o colectiva) un tiempo equivalente, como mínimo, al 25% de su dedicación horaria semanal fijada para el módulo.
- **Seguimiento del alumnado**: Se efectuará una supervisión periódica de la actividad y accesos del alumnado a la plataforma, con el fin de detectar situaciones de inactividad e implementar las medidas tutoriales pertinentes.

4. Régimen de presencialidad obligatoria a las sesiones lectivas (Art.5, Orden 11-Feb-2026).

La integración del Diseño Universal para el Aprendizaje (DUA) en la programación didáctica de modalidad virtual constituye un requerimiento legal normado por el Decreto de Ordenación y las Órdenes del BOJA. Su aplicación debe articularse de manera transversal en tres secciones fundamentales de la programación:

- **Metodología y Recursos Didácticos:** Garantiza la accesibilidad y la diversidad en los medios de representación. Exige detallar el uso de materiales multimedia diversificados en la plataforma Moodle (texto, audio, vídeo e infografías) adaptados por el profesorado editor, así como la incorporación de subtitulado y transcripción en tiempo real durante las videoconferencias síncronas.
- **Planificación de Unidades de Trabajo (Tareas y Actividades)**: Implementa las dimensiones de implicación y expresión. Requiere diseñar actividades basadas en casos prácticos reales para fomentar la motivación, permitiendo a los estudiantes fundamentar su aprendizaje mediante diversos formatos de entrega (documentos escritos, presentaciones interactivas o productos audiovisuales) bajo los mismos criterios de evaluación.
- **Evaluación del Alumnado y Atención a la Diversidad:** Define las garantías normativas para el alumnado con Necesidades Específicas de Apoyo Educativo (NEAE). Establece una evaluación continua, formativa e integradora basada en el DUA. Incluye adaptaciones de acceso (tecnológicas, organizativas y ampliación de tiempos en tareas y exámenes) sin que esto suponga una minoración en la calificación ni la modificación de los Resultados de Aprendizaje (RA) o Criterios de Evaluación (CE) reglamentarios.

5. Criterios y procedimiento de evaluación.

En la Oferta modular diferenciada en modalidad virtual y semipresencial en Andalucía, los criterios y procedimientos de evaluación están definidos por la normativa autonómica (*principalmente el Decreto 147/2025, la Orden de 18 de septiembre de 2025 y la Orden de 11 de febrero de 2026*). Su objetivo es conjugar la flexibilidad del aprendizaje telemático con el rigor y la objetividad del proceso evaluador.

Los principios generales de la evaluación son los siguientes:

1. **Carácter de la evaluación:** Debe ser continua, formativa, objetiva e integradora de los aprendizajes realizados, incluyendo, en su caso, en la fase de formación en empresa u organismo equiparado.
2. **Publicidad del proceso:** La información relativa a los procedimientos, instrumentos y plazos de evaluación de cada módulo o proyecto debe ser publicada obligatoriamente a través del Aula Virtual (Moodle) para conocimiento del alumnado.
3. **Cómputo de convocatorias:** En la modalidad virtual y semipresencial se dispone de un máximo de cuatro convocatorias por módulo, a razón de una única convocatoria por curso escolar.

El seguimiento del proceso de aprendizaje de cada módulo incluirá el análisis de las actividades, tareas y trabajos presentados en el Sistema de Gestión de Aprendizaje (LMS Moodle) y realizados a lo largo de la acción formativa, la participación en las herramientas de comunicación, en su caso la realización de las tareas síncronas, sesiones presenciales y otras que se establezcan, así como la superación de prueba final presencial de junio, según lo indicado en el artículo 27.1 del del Real Decreto 659/2023, de 18 de julio. La evaluación final del módulo mediante pruebas se armonizará con los procesos de evaluación que se realicen a lo largo del curso según lo indicado en los artículos 107 y 123 del Real Decreto 659/2023, de 18 de julio.

5.1. Ponderación de resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

Debes conocer

La siguiente tabla muestra la **ponderación de resultados de aprendizaje, criterios de evaluación y su relación con los diferentes instrumentos de evaluación**. La calificación de cada criterio vendrá dada en función de las diferentes calificaciones que se tengan para el mismo, siendo en su caso la media aritmética de las mismas. Es decir, todos los instrumentos tienen el mismo peso para un determinado criterio de evaluación. Así, si se utilizan dos instrumentos, cada instrumento contribuye el 50% de la calificación; si son cuatro, cada instrumento aportará un 25% de la calificación.

Dicha tabla es un referente inicial y puede actualizarse para adaptarse al contexto y a las características particulares del grupo o al progreso del curso o a los posibles cambios normativos que pudieran producirse. En dicha tabla se añadirán tantas columnas como instrumentos se utilicen.

Los instrumentos de evaluación más utilizados en la modalidad semipresencial son las tareas individuales presenciales, las tareas individuales online y las pruebas presenciales.

Resultados de aprendizaje	%RA	Criterios de evaluación		Ponderación por CE	Instrumentos de evaluación		* FFEOE	Unidades
					Tarea individual	Prueba presencial		
RA1. Administra los accesos y conexiones a redes públicas, semipúblicas y privadas, utilizando navegadores y buscadores de información especializados en la red pública Internet.	14%	RA1.a)	Se han identificado los conceptos esenciales de funcionamiento y uso de la red.	2%		x		UD01
		RA1.b)	Se han evaluado los distintos sistemas de conexión a la red.	2%		x		
		RA1.c)	Se ha configurado el acceso al sistema informático en la red.	2%		x		
		RA1.d)	Se han comprobado las características propias de las intranets y las extranet.	2%		x		
		RA1.e)	Se han utilizado los principales programas navegadores para moverse por la red.	2%	x			
		RA1.f)	Se han realizado búsquedas selectivas de información mediante aplicaciones específicas.	2%	x			
		RA1.g)	Se han utilizado buscadores especializados por temas y otras aplicaciones de búsqueda avanzada.	2%		x		

	RA2. Gestiona diversos servicios y protocolos de Internet, manejando programas de correo electrónico y de transferencia de archivos, entre otros.	14%	RA2.a)	Se han identificado los elementos que configuran el correo electrónico.	3%			x	UD02
			RA2.b)	Se ha utilizado el correo electrónico directamente desde la web.	3%			x	
			RA2.c)	Se han utilizado programas de cliente de correo electrónico para gestionar el envío y la recepción de mensajes.	3%			x	
			RA2.d)	Se ha identificado el protocolo de red para la transferencia de archivos (FTP) desde un equipo cliente a un servidor.	1%			x	
			RA2.e)	Se han compartido archivos a través de una red de ordenadores entre iguales (peer-to-peer P2P).	3%			x	
			RA2.f)	Se ha descargado software gratuito con y sin limitaciones de tiempo de uso.	1%			x	
			RA2.g)	Se han realizado descargas de vídeos, música y videojuegos, entre otros.	2%			x	
	RA3. Realiza la facturación electrónica y otras tareas administrativas de forma telemática, utilizando en cada caso software específico.	12%	RA3.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).	1,5%			x	UD07
			RA3.b)	Se ha establecido la transmisión telemática entre ordenadores.	1,5%			x	
			RA3.c)	Se ha garantizado la integridad y autenticidad de las transmisiones telemáticas a través de una firma electrónica reconocida.	1,5%			x	

		RA3.d)	Se han utilizado aplicaciones específicas de emisión de facturas electrónicas.	1,5%			x	
		RA3.e)	Se han utilizado herramientas comunes en Internet relativas a la relación de nuestra empresa con organismos públicos y otras entidades.	1,5%			x	
		RA3.f)	Se han probado diversas herramientas de tipo generalista que se utilizan en la red.	1,5%			x	
		RA3.g)	Se han identificado los programas perjudiciales para la seguridad e integridad de los datos almacenados en nuestros equipos informáticos.	1,5%			x	
		RA3.h)	Se han aplicado las barreras de seguridad necesarias para salvaguardar la información de nuestra empresa.	1,5%			x	
RA4. 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.	14%	RA4.a)	Se han utilizado programas web para mantener cibercharlas de texto.	2%		x		UD03
		RA4.b)	Se han utilizado programas de mensajería instantánea.	2%		x		
		RA4.c)	Se han aplicado sistemas de comunicación oral que utilizan solo sonido o sonido e imagen.	2%		x		
		RA4.d)	Se han establecido contactos con otros usuarios de la red a través de foros de debate y opinión.	2%		x		
		RA4.e)	Se han establecido contactos sobre temas concretos a través de blogs temáticos de contenido profesional.	2%		x		

		RA4.f)	Se han efectuado comunicaciones, publicidad y ventas con otros usuarios de la red a través de redes sociales.	2%		x		
		RA4.g)	Se han generado contenidos audiovisuales y fotográficos de la actividad, productos y procesos comerciales.	2%	x			
RA5. Construye páginas web atractivas para los usuarios de Internet, utilizando criterios de posicionamiento, fácil manejo y persuasión.	14%	RA5.a)	Se han redactado las sentencias más utilizadas en lenguaje de etiquetas de hipertexto (HTML).	2%	x			UD04
		RA5.b)	Se han utilizado programas comerciales que permiten crear de forma sencilla los ficheros que componen las páginas web.	2%		x		
		RA5.c)	Se ha registrado la dirección de páginas web con dominio propio o con alojamiento	2%		x		
		RA5.d)	Se han enviado al servidor de Internet ficheros web creados mediante programas especializados en esta tarea.	2%		x		
		RA5.e)	Se han utilizado programas específicos de inclusión de textos, imágenes y sonido.	2%		x		
		RA5.f)	Se ha construido una web eficiente para el comercio electrónico.	2%		x		
		RA5.g)	Se han incluido en la web enlaces de interés capaces de generar tráfico orientado e interesado en lo que se ofrece.	2%		x		
RA6. Diseña el plan de marketing digital en el mercado online, definiendo soluciones estratégicas	16%	RA6.a)	Se ha preparado un plan de marketing digital que permita alcanzar los objetivos	2%		x		UD06

mediante la implementación de acciones específicas de desarrollo de la marca comercial.			comerciales de la empresa.					
		RA6.b)	Se han definido los procesos de posicionamiento y marketing online.	2%		x		
		RA6.c)	Se han establecido las pautas que hay que seguir para realizar la publicidad y promoción online.	2%		x		
		RA6.d)	Se han identificado los elementos que configuran el marketing de buscadores.	2%	x			
		RA6.e)	Se han evaluado los retos del marketing electrónico. La confianza en los medios de pago, los problemas logísticos y la seguridad.	2%		x		
		RA6.f)	Se han realizado las tareas necesarias para gestionar y fidelizar a los clientes a través de la red.	2%		x		
		RA6.g)	Se han identificado las nuevas tendencias de comunicación y relación con el cliente en el marketing digital.	2%	x			
		RA6.h)	Se han realizado acciones de marketing efectuadas a través de dispositivos móviles.	2%		x		
RA7. Define la política de comercio electrónico de la empresa, estableciendo las acciones necesarias para efectuar ventas on-line.	16%	RA7.a)	Se han establecido los parámetros necesarios para crear o adaptar un negocio on-line.	1,5%		x		UD05
		RA7.b)	Se han definido acciones de captación enfocadas al comercio electrónico.	1,5%	x			
		RA7.c)	Se han reconocido los modelos de negocio existentes en la red.	1,5%		x		

		RA7.d)	Se ha diseñado una tienda virtual.	1,5%		x	
		RA7.e)	Se ha planificado la gestión de los pedidos recibidos y todo el proceso logístico.	1,5%		x	
		RA7.f)	Se han identificado los aspectos jurídicos y de protección de datos en el comercio electrónico.	1,5%		x	
		RA7.g)	Se han establecido los medios de pago que se van a utilizar.	1,5%		x	
		RA7.h)	Se han seleccionado los sistemas de seguridad que garanticen la privacidad e invulnerabilidad de las operaciones.	1,5%		x	
		RA7.i)	Se han identificado los diferentes tipos de negocios electrónicos existentes.	1,5%		x	

5.2. Instrumentos de evaluación.

Tal y como se especifica en las **Instrucciones de 19 de noviembre de 2024**, la docencia remota asíncrona se fundamenta en el material facilitado a través del Aula Virtual.

Dicho lo anterior, el contenido de los diversos instrumentos de evaluación versará sobre el material facilitado a través del Aula Virtual, incluyendo en dicho material el que el profesorado pueda aportar de forma adicional para complementar el material existente en la unidad.

Instrumentos para la evaluación continua de los RAs y CEs

La evaluación continua se realizará sobre la base de la ponderación de los Resultados de Aprendizaje y los Criterios de Evaluación asociados a este módulo profesional, ponderación descrita en el apartado 5.1. Los instrumentos que se utilizarán para la evaluación continua de los Resultados de Aprendizaje y los Criterios de Evaluación serán:

- **Tareas individuales online y presencial asociadas a cada unidad,** . Cada unidad tendrá asociada al menos una tarea. Cada una de ellas implicará la realización de uno o más supuestos o ejercicios prácticos que el alumnado deberá de entregar de forma individualizada.
- **Pruebas presenciales.** Existen dos pruebas presenciales:
  - Prueba presencial opcional de febrero.
  - Prueba presencial obligatoria de junio.

Exámenes on-line asociados a cada unidad

El alumnado podrá realizar los exámenes on-line asociados a cada unidad. Los exámenes on-line **NO son un instrumento de evaluación** y su propósito es que el alumnado compruebe si ha comprendido bien los contenidos del módulo. Por tanto, **son una herramienta de autoevaluación**. Estos exámenes on-line se pueden realizar un número ilimitado de veces.

Aunque los exámenes on-line no se evaluan, no está permitido publicar los exámenes on-line ni sus respuestas en los foros. Si hay alguna pregunta que no entiendes, pregúntala primero al profesor/a del módulo. Los exámenes on-line son una herramienta para que el alumnado compruebe su progreso y comprensión de los contenidos, si no se usa adecuadamente carece de sentido.

5.2.1. Pruebas presenciales.

Se prevé la realización de pruebas presenciales cuyo objetivo será la identificación fehaciente del alumnado y la demostración de la adquisición de los resultados de aprendizaje y criterios de evaluación trabajados en las tareas y otros instrumentos.

Es importante que tengas en cuenta que **la superación de las pruebas presenciales no implica la superación del módulo de forma directa**. Tal y como consta en el apartado 5.3, la calificación final del módulo depende de la calificación obtenida en los diferentes instrumentos de evaluación y su ponderación en base a criterios de evaluación. Esto significa que, aparte de superar la prueba presencial, para superar el módulo deberás realizar de forma satisfactoria las tareas individuales y otro tipo de actividades contempladas en la programación del mismo.

Las pruebas de carácter presencial contempladas son:

- **Prueba presencial de febrero.** Esta prueba será de carácter **opcional** y **eliminatorio**.
- **Prueba presencial de junio.** Esta prueba será de carácter **obligatorio.**

La **prueba presencial de junio** versará sobre **todos los resultados de aprendizaje** vinculados al módulo profesional.

Los resultados de aprendizaje superados en la prueba presencial y opcional de febrero no serán evaluados nuevamente en la prueba presencial de junio, salvo petición expresa del alumno para la mejora de la calificación. La nota de la prueba de febrero se almacenará en el calificador del Aula Virtual, pero no se computará hasta la obtención de una nota final consolidada tras la realización de la prueba de junio.

Las unidades de trabajo asociadas a cada prueba presencial son las siguientes:

Contenidos de las pruebas presenciales

Prueba presencial escrita	Contenido del examen
Primera prueba presencial: **parcial 1er cuatrimestre de febrero** (opcional)	1er Cuatrimestre: Unidades Unidades
Segunda prueba presencial: **convocatoria ordinaria de junio** (obligatoria)	1er Cuatrimestre: Unidades 1, 3, 2º Cuatrimestre: Unidades 2, 5

***Nota:** El alumnado no tendrá la obligación de presentarse a la prueba presencial del 1er cuatrimestre en la convocatoria ordinaria de junio **si y solo si** ha superado dicho cuatrimestre en la prueba presencial parcial del 1er cuatrimestre (febrero). Los RA asociados a cada unidad didáctica pueden consultarse en el apartado 5.1 (Ponderación de resultados de aprendizaje y criterios de evaluación).*

IMPORTANTE:

- En caso de que el alumno o la alumna **no se presente** a la **prueba presencial de junio,** se considerará que la **prueba presencial no está superada** e implicará la **no superación** del **módulo**.
- Una **calificación** de la **prueba presencial de junio inferior a 5** significará la **no superación** del **módulo**.
- Para considerar superada la **prueba presencial de junio** se requerirá obtener una **nota igual o superior a 5** en **cada una de las partes** que la componen: 1er y 2.º cuatrimestre.
- La **calificación** de la **prueba presencial de junio** se calculará en base a la **media ponderada** de los diferentes **resultados de aprendizaje** y **criterios de evaluación**.
- Para reducir la extensión de las pruebas, los **ejercicios** de las diferentes pruebas presenciales podrán **agrupar varios resultados de aprendizaje** de forma completa o parcial.
- En la **prueba presencial de junio,** el alumnado deberá realizar todos los **ejercicios** cuyos **resultados de aprendizaje no haya superado** de forma completa en la **prueba opcional de febrero**.
- Para obtener la **calificación final** de las pruebas, el sistema por defecto tomará la calificación más alta obtenida por el alumno para cada uno de los criterios evaluados, siempre que la prueba presencial correspondiente esté superada.
- El alumnado debe de inscribirse a las pruebas presenciales en tiempo y forma, tal y como le indique el docente, indicando en qué sede realizará las pruebas.
- Las instrucciones de realización de las diferentes pruebas, sin incluir obviamente los enunciados de los ejercicios a realizar, serán comunicadas al alumnado con antelación suficiente a la fecha de realización.
- Si se detecta que se ha copiado durante la realización de las pruebas presenciales, la prueba correspondiente quedará anulada y se le dará la calificación de 0 puntos para todos los resultados de aprendizaje incluidos en la misma. Si la copia se ha realizado gracias a la cesión de información por parte de otro alumno u otra alumna, también supondrá la anulación de la prueba para el alumno o la alumna que facilita dicha información.
- El incumplimiento de las normas durante el desarrollo de una prueba, además de la correspondiente evaluación negativa y la aplicación del régimen sancionador que proceda, supondrá la inmediata retirada de la prueba al alumno y el abandono del local donde se realizan las pruebas.

5.2.2. Tareas individuales.

Cada unidad tendrá una tarea como mínimo, que incluirá y evaluará una parte o la totalidad de los criterios de evaluación asociados a dicha unidad. Las tareas consistirán fundamentalmente en la realización de ejercicios prácticos fundamentados en un caso práctico.

Tareas individuales online.

El **proceso de corrección** de la tarea se realizará a través de una **rúbrica** que se detallará en el enunciado de cada tarea y en la que podrás ver el detalle de criterios de evaluación (CE) asociados a cada aspecto o elemento evaluable de la tarea (puntos de control). Cada uno de esos puntos de control será evaluado entre cero y una determinada puntuación indicada en la rúbrica.

El alumnado **podrá entregar hasta un máximo de 2 veces** la solución de una misma tarea, siempre que en el **primer intento** tenga una **nota inferior a 5** sobre 10 (o 50 sobre 100) y se entregue al menos 7 días naturales antes de la fecha tope de entrega.

El **segundo intento** (también conocido como *"segunda entrega"*) tendrá un **plazo máximo de entrega de 7 días naturales** después de que el profesorado haya calificado como suspensa la primera entrega. Este segundo intento deberá **ajustarse** siempre a la **fecha obligatoria** de entrega indicada **en el calendario de la plataforma de cada unidad**, no pudiendo superarse esta fecha en ningún caso. Esto significa que, si el alumnado quiere optar a un segundo intento, deberá entregar la tarea **al menos 7 días naturales antes de la fecha tope de entrega**.

Es recomendable que el envío de las tareas se realice de forma escalonada y progresiva, evitando enviar de golpe un conjunto grande de tareas al mismo tiempo. **Además, es conveniente no enviar las tareas muy cerca de la fecha tope de entrega para poder garantizar la corrección con suficiente antelación en caso de que se opte a un segundo intento. De no ser así, no se garantiza el tener las correcciones a tiempo para ofrecer un segundo intento, ya que podría darse el caso en que el docente no cuente con tiempo suficiente para responder al envío masivo de tareas.**

Se considerará entregada la tarea y se calificará con **0 puntos** para todos los criterios de evaluación en los casos siguientes:

- La tarea corresponde a otro módulo, se encuentra sin contenido alguno o no se puede abrir o leer.
- La entrega se encuentra incompleta o no corresponde a lo que se solicita en el enunciado de la tarea.
- La tarea ha sido copiada.

El alumnado debe comprobar una vez subida la tarea que la entrega está correcta para que, en caso de incidencia o error, se notifique de manera inmediata al profesorado del módulo. En caso contrario, se aplicarán las medidas anteriores.

Si se detecta que el/la alumno/a ha copiado en alguna de las tareas, supondrá una calificación de 0 puntos en esta para todos los criterios de evaluación. Si la copia se ha realizado de otro/a alumno/a supondrá una calificación de 0 puntos en dicha tarea para ambos alumnos/as.

Tareas individuales presenciales.

El alumnado a lo largo del curso irá realizando o defendiendo en las sesiones presenciales una serie de actividades que el profesorado irá evaluando.

Por ejemplo, defensa de trabajos, ejercicios prácticos, etc, mandados en clase o en la plataforma.

Algunas de estas actividades presenciales serán evaluables, lo que significa que su realización por parte del alumnado es obligatoria. Además, **en todos los trimestres o evaluaciones se debe realizar, como mínimo, una tarea presencial obligatoria**.

Las **tareas presenciales marcadas como obligatorias exigirán al alumnado a presentarse** o de lo contrario se calificarán **todos los criterios de evaluación que se iban a evaluar en dicho instrumento con un 0**.

En los **periodos de recuperación de cada trimestre se repetirá esta tarea presencial obligatoria para aquel alumnado que NO haya podido asistir por causas justificadas documentalmente en los dos días siguientes a la realización de dicha tarea** (certificado médico, certificado de la empresa o similares).

En el apartado 3.1. Sesiones presenciales puedes ver un listado de todas las tareas presenciales a realizar en el curso así como su planificación.

5.2.3. Foros.

Se debe tener en cuenta que, por norma general, la **participación libre, el debate o las consultas en los foros no son objeto de evaluación directa**. Por tanto, no se puede asignar una calificación basada únicamente en la frecuencia de las intervenciones o en el volumen de mensajes del alumnado.

Sin embargo, de conformidad con el artículo 35.2 de la Orden de 11 de febrero de 2026, **sí podrá utilizar el foro como instrumento de evaluación cuando este se articule como una tarea formal** dentro de la programación didáctica. En tal caso, la evaluación deberá centrarse de forma exclusiva en la calidad y el rigor técnico de la aportación mediante la correspondiente rúbrica, sin valorar la cantidad de interacciones realizadas.

5.2.4. Tareas de Recuperación y Mejoras de Competencia.

Las **tareas de recuperación y las actividades de mejora de competencias** (subida de nota) son mecanismos de evaluación continua orientados a garantizar que el alumnado alcance o profundice en los Resultados de Aprendizaje (RA) del módulo.

En las modalidades virtual y semipresencial, al tener una sola convocatoria por curso, estas actividades de refuerzo y mejora se llevarán a cabo durante el periodo comprendido entre la última sesión de evaluación parcial y la evaluación final. Es decir, tras las pruebas de febrero/parciales y antes del cierre de las actas de junio.

Estas tareas emplean las mismas rúbricas o ponderaciones fijadas en el diseño inicial del módulo.

La Orden de 18 de septiembre de evaluación establece estas tareas han de vincularse a los RA y CE de evaluación del módulo. **A continuación, se detalla en qué consisten estas actividades y el momento de realización de las mismas:**

👀 Debes conocer

La **realización de estas tareas no se aplican sobre las pruebas presenciales, sino sobre las tareas realizadas en las diferentes unidades.** Al desarrollarse de manera telemática no podrán recuperarse o mejorar competencias en aquellas actividades que sean de carácter presencial.

La calificación final será la más alta obtenida para cada uno de los criterios comparando con la media de las tareas realizadas con anterioridad, independientemente de que se trate de recuperación o mejora de competencia.

Tabla para tareas de recuperación o mejora

Tareas de Recuperación y mejora de competencias	RA Implicados	CE Implicados	Fecha de Realización
Realización de una prueba teórico-práctica de los resultados de aprendizaje no alcanzados.	Todos	Todos	Junio de 2026
Realización de las actividades prácticas correspondientes.	Todos	Todos	Junio de 2026

5.2.5. Prueba objetiva de recuperación de la pérdida de la evaluación continua.

La pérdida de la evaluación continua viene recogida en el Decreto 147/2025, de 17 de septiembre, la Orden de 18 de septiembre de 2025 y la Orden de 11 de febrero de 2026.

El proyecto educativo del centro determina que la pérdida de la evaluación continua en esta modalidad se producirá cuando supere el 20% de faltas de asistencia a las sesiones presenciales, con independencia de que las faltas estén justificadas.

Estas tareas emplean las mismas rúbricas o ponderaciones fijadas en el diseño inicial del módulo.

La Orden de 18 de septiembre de evaluación establece que estas tareas han de vincularse a los RA y CE de evaluación del módulo. A continuación, se detalla en qué consisten estas actividades y el momento de realización de las mismas:

👀 Debes conocer

La realización de estas tareas no se aplica sobre las pruebas presenciales, sino sobre las tareas realizadas en las diferentes unidades. Al desarrollarse de manera telemática, no podrán recuperarse o mejorar competencias en aquellas actividades que sean de carácter presencial.

En función de cómo se desarrolle la prueba, se obtendrá la calificación final, se informará al alumnado de qué forma se va aplicar.

Tabla de propuesta de pruebas ante la pérdida de evaluación continua.

Prueba objetiva para la recuperación de la pérdida de evaluación continua	RA Implicados	CE implicados	Fecha de Realización
Realización de una prueba teórico-práctica de los resultados de aprendizaje no alcanzados.	Todos	Todos	Junio de 2026
Realización de las actividades prácticas correspondientes.	Todos	Todos	Junio de 2026

5.3. Calificación final y superación del módulo.

Calificación del módulo en el centro educativo

El marco que regula los requisitos y procedimientos para la superación de módulos profesionales en la Oferta Modular Diferenciada en Andalucía se rige de manera conjunta por el Decreto 147/2025, de 17 de septiembre, las Órdenes de Evaluación (18 de septiembre de 2025), de Oferta Modular (11 de febrero de 2026), así como por las Instrucciones de evaluación de la Dirección General de Formación Profesional y las instrucciones de 20 de mayo de 2026.

Con carácter general, para superar un módulo:

- Se requiere una calificación final numérica entera entre 5 y 10 puntos. Las calificaciones inferiores a 5 se consideran negativas (no superadas).
- Se han superado los Resultados de Aprendizaje en tu programación para garantizar el logro de las competencias.

Por otra parte, debes tener en cuenta que:

- Es un requisito legal inexcusable que el alumnado realice la prueba presencial final obligatoria del mes de junio.
- Esta calificación se armonizará con el seguimiento continuo solo si se ha alcanzado el cinco en las pruebas presenciales de febrero y junio.

La prueba presencial del mes de junio se considerará superada cuando la calificación de la misma sea igual o superior a **5,0 puntos** y se haya obtenido una nota igual o superior a **5,0** en cada una de las partes o bloques obligatorios que la componen.

Si la calificación de la prueba presencial del mes de junio es inferior a 5,0 (o no se alcanza la calificación mínima exigida en alguna de sus partes), el módulo se considerará **no superado**. En este supuesto, la calificación final máxima a la que el alumnado podrá optar en las actas de evaluación será de **4 (Insuficiente)**, con independencia de la calificación obtenida al aplicar la media ponderada a los diferentes Resultados de Aprendizaje y Criterios de Evaluación trabajados en la evaluación continua.

La calificación final del módulo en el centro educativo se obtendrá a partir de la media ponderada de los diferentes Resultados de Aprendizaje y Criterios de Evaluación trabajados, los cuales serán evaluados sobre 10 puntos a través de los instrumentos descritos en el punto 5.1 de esta programación. La superación aislada de un instrumento de evaluación (como por ejemplo la prueba presencial) no conlleva la superación directa del módulo.

Superación del módulo

Para superar el módulo profesional será requisito indispensable haber obtenido una calificación igual o superior a 5,0 en el centro educativo y haber alcanzado la calificación de SUPERADO en el periodo o módulo correspondiente a la Formación en Empresa u Organismo Equiparado (FFEOE). Esta calificación se refleja como una nota numérica entera.

Se puede dar un aplazamiento de la FFEOE (Calificación provisional "X/PFE"), cuando, por razones organizativas o de plazas, la fase de empresa de un módulo dualizado deba realizarse en un curso académico posterior. En este caso, el centro consignará provisionalmente la calificación en Séneca mediante la fórmula «X/PFE»:

- «X» representa la nota numérica (de 1 a 10) obtenida correspondiente a la totalidad de los RA del módulo y que, al no haberse realizado la FFEOE, han debido ser evaluados todos ellos íntegramente en el centro docente.
- «PFE» indica que la formación en empresa está pendiente.
- Efecto de no superación: La norma prescribe que los módulos con calificación provisional «X/PFE» se considerarán formalmente como no superados a efectos de certificación y titulación.
- Excepción para promoción y permanencia: No obstante, para determinar la permanencia en la oferta modular o la promoción de curso, únicamente se tomará en consideración el valor numérico «X» (el cual debe ser igual o superior a 5), omitiendo temporalmente si la FFEOE está pendiente.

6. Formación en Empresa u Organismo equiparado.

Este módulo participa en la fase de formación en empresa u organismo equiparado.

Para poder realizar la formación en empresa u organismo equiparado, el alumno/a debe haber superado el **RA2** correspondiente a la prevención de riesgos laborales del módulo **Itinerario para la Empleabilidad I.**

También se puede acreditar mediante curso específico habilitado en la plataforma virtual.

Los **resultados de aprendizaje**, así como sus **criterios de evaluación asociados,** quedan recogidos en la tabla del apartado 5.1.- Ponderación de resultados de aprendizaje, de esta programación.

Las **actividades formativas** que se desarrollarán son:

ACCIONES FORMATIVAS A REALIZAR EN LA EMPRESA	RA implicados	CE implicados
AF202. Envía correos electrónicos siguiendo los protocolos de la empresa.	RA2	a, b, c
AF203. Utiliza programas específicos de la empresa, descarga programas Demo para la empresa.	RA2	d, e, f, g
AF204. Participa en el proceso de creación, firma, envío y archivo de facturas electrónicas. Respeta las medidas de ciberseguridad de la empresa.	RA3	a, b, c, d, e
AF205. Utiliza herramientas digitales de forma responsable y segura, protegiendo la información y datos de la empresa.	RA3	a, b, c, d, e, f, g, h

Cuando dicha calificación sea **SUPERADO**, la calificación del módulo será la nota obtenida en el módulo aplicando la media ponderada de los distintos RA y CE adquiridos en el centro educativo recogidos en el punto 5.1.- Ponderación de resultados de aprendizaje, de esta programación tal y como se detalla en el apartado 5.3.- Calificación y superación del módulo.

En caso de obtener una calificación de **NO SUPERADO**, la nota del módulo, solo si se ha obtenido una calificación superior o igual a 5, quedará guardada pero pendiente de superar el módulo hasta que se obtenga una calificación de **SUPERADO** en la formación en empresa.

En caso de que la fase de formación en empresa u organismo equiparado se vea interrumpida, el alumno/a quedará pendiente de superar dicha fase de formación en empresa en otro curso.

- Los resultados de aprendizaje que se impartirán en la empresa son el RA2 y el RA3, que se corresponden con las unidades de trabajo 2 y 7, y representan un 26% de la carga horaria del módulo.
- La Fase de Formación en la Empresa comprende el periodo 12 de abril al 11 de junio, esto es, 44 días lectivos y un total de 54 horas lectivas del módulo.

Las tareas de Formación de Empresa en el aula virtual son:

- En el caso de que el alumnado vaya a la FFEOE, un reflejo de las actividades formativas del plan de formación inicial. En este caso, el alumnado desarrollará estas actividades en la empresa.
- En el caso de que el alumnado aplace la FFEOE, se plantean tareas en el aula virtual para que este alumnado pueda alcanzar todos los criterios de evaluación y superar el módulo.
- Si el docente lo considera necesario, el alumnado que va a la FFEOE podrá realizar tareas asociadas a CE determinados, tanto en el aula virtual como en la empresa.

7. Bibliografía.

Recomendación

Libros

- Libro de texto de referencia “Marketing digital”. Editorial Paraninfo.
- Apuntes de la profesora.
- Material disponible en el aula virtual.
- Revistas especializadas.

Web

- Oficina de Seguridad del Internauta (INCIBE). https://www.osi.es
- Guías de MDN Web Docs sobre cómo funciona la web. https://developer.mozilla.org/es/docs/Learn
- Cómo funciona la Búsqueda de Google. https://www.google.com/intl/es/search/howsearchworks/
- StatCounter, estadísticas de uso de navegadores y buscadores. https://gs.statcounter.com
- Acelera pyme, programa de digitalización de Red.es. https://www.acelerapyme.gob.es
- HubSpot Academy, cursos gratuitos de marketing digital. https://academy.hubspot.com
- Think with Google, tendencias y datos de consumo digital. https://www.thinkwithgoogle.com
- Interactive Advertising Bureau Spain (Estudio de Redes Sociales). https://iabspain.es
- Meta Blueprint, formación en publicidad en Facebook e Instagram. https://www.facebook.com/business/learn
- Trecebits, actualidad sobre redes sociales. https://www.trecebits.com
- WordPress, gestor de contenidos para crear páginas web. https://es.wordpress.org
- Google Search Central, documentación sobre SEO. https://developers.google.com/search/docs
- PageSpeed Insights, análisis de velocidad y rendimiento web. https://pagespeed.web.dev
- WooCommerce, plataforma de tienda online para WordPress. https://woocommerce.com/es
- Confianza Online, sello de calidad para el comercio electrónico. https://www.confianzaonline.es
- Marketing4eCommerce, actualidad sobre comercio electrónico. https://marketing4ecommerce.net

8. Recursos necesarios.



Recomendación

- Ordenador con acceso a Internet y a la plataforma de la Junta de Andalucía. Plataforma Online Educación a Distancia. https://educacionadistancia.juntadeandalucia.es/adistancia
- Sistemas operativos Windows 7/10, Windows Server 2012/2016 y Ubuntu 19.04/20.04.
- Navegador Internet Explorer/Mozilla/Chrome/Opera/Safari para el acceso a Internet.
- Suite Microsoft Office y/o OpenOffice.
- Internet: Buscadores, Redes Sociales, Google Ads, MailChimp, WordPress, Prestashop, etc.