

Programación del módulo:

MAR-0931-Marketing Digital

***Ciclo:* TÉCNICO SUPERIOR EN GESTIÓN DE VENTAS Y**

ESPACIOS COMERCIALES

***Familia:* COMERCIO Y MARKETING**

Docencia curso 2022/2023:

Cristina Bautista Benítez



IES Valle del Azahar



Unión Europea

Fondo Social Europeo
"El FSE invierte en tu futuro"

Índice:

1. Introducción	3
2. Objetivos y Competencias	6
3. Resultados de aprendizaje	8
4. Contenidos	10
5. Metodología	12
6. Evaluación	15
7. Medidas de atención al alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo	25
8. Transversalidad	26
9. Materiales y recursos didácticos	27
10. Actividades complementarias y extraescolares	28

1. Introducción

1.1. Alumnado

Los estudiantes del ciclo formativo de Grado Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales proceden de la población donde nos ubicamos y de sus zonas de referencia (Cártama Pueblo, Santa Rosalía-Maqueda, Campanillas) y de otros próximos (Alhaurín de la Torre, Alhaurín el Grande), donde no se imparte este ciclo.

El alumnado de nuestro Centro presenta las siguientes **características**:

- **Rendimiento académico** aceptable en general. El tiempo que dedican al estudio y las tareas es muy irregular y marca serias diferencias en el rendimiento. La actitud hacia el aprendizaje es muy diversa y está marcada por el hábito que trae el alumno hacia el estudio y la valoración que se hace de su entorno.
- La **implicación de la familia es un claro indicativo**. Contamos con un entorno familiar muy variado. En un alto porcentaje, cuando hay buenos resultados, tenemos detrás una familia que se implica en el seguimiento de los estudios, o que refuerza de modo suficiente el esfuerzo, el estudio o la realización de las tareas, con la repercusión positiva que esto conlleva en el rendimiento académico de sus hijos.
- La **valoración global de la convivencia es positiva**. Teniendo en cuenta el tamaño del centro y la diversidad de edades y perfiles de alumnado, cuando ocurren incidentes que alteran el normal funcionamiento del Centro, suele darse una respuesta inmediata para su corrección. Los resultados académicos están muy ligados a la convivencia.
- En los ciclos formativos estamos obteniendo, por regla general, unos **resultados satisfactorios** respecto a la **titulación** y referente a la **inserción laboral** de nuestro alumnado.

1.2. Contexto social

En la actualidad, Estación de Cártama es el mayor núcleo poblacional del municipio, con 10.958 habitantes (5.425 hombres y 5.533 mujeres) de un total de 24.592 personas (12.497 y 12.095 respectivamente).

Las comunicaciones son buenas, el municipio se encuentra a quince kilómetros del centro de Málaga a través de la autovía A-357. En diez minutos se puede acceder no solo a Málaga, sino también al Parque Tecnológico de Andalucía, al Campus Universitario de Teatinos, centros hospitalarios, aeropuerto y AVE, estando el núcleo de Estación de Cártama comunicado con la Estación María Zambrano a través de los FF.CC. de cercanías. Esto ha implicado que la localidad, como se verá a continuación, haya tenido un gran crecimiento al haberse convertido en una "ciudad dormitorio" de la capital.

Desde el **punto de vista sociológico** se trata de una zona que, aun estando bien comunicada con la capital y la costa, suele desarrollar sus propias actividades sociales y de ocio en la misma localidad o en pueblos vecinos y perpetúa tradiciones bastante arraigadas. Posee una variada oferta comercial y de servicios profesionales y, por lo general, el desplazamiento a Málaga capital viene determinado por necesidades específicas, tales como asuntos administrativos y visitas a grandes centros comerciales. La atención sanitaria primaria está garantizada en el propio municipio donde, además, cuentan con el Hospital Comarcal Valle del Guadalhorce,

En cuanto a **la composición de la población activa**, empezaremos destacando que se han reducido considerablemente las diferencias entre las tasas de ocupación entre hombre y mujeres. Sin embargo, según datos del 2019, la población parada de Cártama es de 2.321 (19,10%). El **sector económico predominante es el terciario**, que abarca actualmente al 40,2% de la población activa y que ha registrado un aumento. En este sector destacan las **actividades de comercio (45,97%)**, transporte y almacenamiento (12,64%) y hostelería (14,37%).

Podemos concluir que no se trata de la típica zona rural deprimida, con escasas perspectivas de futuro sino, más bien, al contrario, de un área dinámica con inmensas posibilidades, pero también con notables deficiencias que, en parte, pueden ser corregidas con un mayor esfuerzo en el terreno de la formación de capital humano y, ahí es donde, en la medida de nuestras posibilidades, como centro de enseñanza, tenemos una misión que cumplir.

Desde el **punto de vista educativo y cultural**, el contexto en el que se inserta el I.E.S. “Valle del Azahar” puede calificarse de un nivel poco elevado. Cabe destacar que la formación académica de los padres y madres de nuestros alumnos y alumnas es mayoritariamente de grado elemental o primario. Raramente poseen titulación superior o desempeñan profesiones liberales, aunque últimamente, debido al incremento de la población procedente de la capital, se ha elevado algo el nivel de formación de las familias. Resulta destacable que casi la mitad de la población (48,9%) ni siquiera tenga los estudios que hoy se consideran básicos y obligatorios (la antigua EGB o la actual ESO), y que sólo el 7,01% tenga estudios universitarios. Otro dato alarmante es el índice de analfabetismo (2,81%).

En cuanto a infraestructuras el municipio cuenta con ocho centros de enseñanza primaria, tres de enseñanza secundaria (uno de ellos en Cártama y dos en Cártama Estación, tan solo en el nuestro se imparte Bachillerato y Formación Profesional Inicial), hay un centro de educación de adultos y dos bibliotecas públicas locales.

1.3. Normativa

- Ley Orgánica 3/2022, de 31 de marzo, de **ordenación e integración de la Formación Profesional**.
- Ley 5/2002. LEY ORGÁNICA 5/2002, de 19 de junio, de las **Cualificaciones y de la Formación Profesional**.
- Ley 2/ 2006. LEY ORGÁNICA 2/2006, de 3 de mayo, de Educación (LOE).
- Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio, por el que se establece la **ordenación general de la formación profesional del sistema educativo**.
- RD 1538/2006, Ordenación de FP (Derogada, pero con algunos apartados vigentes durante el presente curso).
- DECRETO 436/2008, de 2 de septiembre, por el que se establece la **ordenación y las enseñanzas de la Formación Profesional inicial** que forma parte del sistema educativo.
- LEY 17/2007, de 10 de diciembre, de Educación de Andalucía (LEA).
- ORDEN de 29 de septiembre de 2010, por la que se **regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica** del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía.
- Real Decreto 39/1997, de 17 de enero por el que se aprueba el **Reglamento de los Servicios de Prevención**.
- Decreto 327/2010, de 13 de julio, por el que se aprueba **el Reglamento Orgánico de los Institutos de Educación Secundaria**.
- 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**.
- 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**.
- Instrucciones de 7 de julio de 2022, conjuntas de la viceconsejería de educación y deporte y de la viceconsejería de salud y familias, para coordinar las **actuaciones en el ámbito de la salud pública y la asistencia sanitaria** que se desarrollen en los centros docentes sostenidos con fondos públicos durante el curso escolar 2022/23.

2. Objetivos y Competencias

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. Identificar y proponer las acciones profesionales necesarias, para dar respuesta a la accesibilidad universal y al «diseño para todos».

u) 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.

v) 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.

w) 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.

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.

COMPETENCIAS GENERALES DEL TÍTULO RELACIONADAS CON EL MÓDULO DE “MARKETING DIGITAL”

Las **competencias profesionales, personales, sociales** y las competencias para el aprendizaje permanente de este título para este módulo son las 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.

A la cualificación profesional de gestión de la estrategia de marketing digital, le corresponden las siguientes unidades de competencia:

UC2383_3: Definir la estrategia de marketing digital

UC2384_3: Gestionar un plan de marketing digital

UC2385_3: Gestionar el posicionamiento orgánico en buscadores (SEO)

UC2386_3: Gestionar el posicionamiento en buscadores con medios de pago (SEM)

UC2381_3: Gestionar la estrategia de comunicación basada en redes sociales

UC9999_3: Comunicarse en lengua inglesa con un nivel de usuario independiente (B1), según el Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas, en el ámbito profesional

El/la alumno/a que curse esta enseñanza se convertirá en un profesional que desarrolle su actividad profesional dentro del área/departamento de marketing, publicidad, desarrollo de talento y negocio, transformación digital y comunicación, en las áreas de negocio y/o marca digital, dedicado a actividades de gestión de la estrategia de marketing digital, en entidades de naturaleza pública o privada, en empresas de gran tamaño, medianas y pequeñas empresas, microempresas o startup, tanto por cuenta propia como ajena, con independencia de su forma jurídica. Desarrolla su actividad dependiendo en su caso, funcional y/o jerárquicamente de un superior. Puede tener personal a su cargo en ocasiones, por temporadas o de forma estable. En el desarrollo de la actividad profesional se aplican los principios de accesibilidad universal o diseño para todas las personas de acuerdo con la normativa aplicable.

Las **ocupaciones y puestos de trabajo** más relevantes son los siguientes:

- Especialistas en posicionamiento con medios de pago (SEM)
- Profesionales de la publicidad y la comercialización
- Publicistas en marketing digital
- Especialistas en posicionamiento orgánico (SEO)
- Gestores de comunidades digitales (Community Managers) Publicistas marketing

3. Resultados de aprendizaje

Los Resultados de Aprendizaje (RA) constituyen el eje vertebral de nuestra programación. Así pues, comenzaremos por realizar una ponderación de cada resultado de aprendizaje, según su contribución para alcanzar la Competencia General del título y las Competencias Profesionales asignadas al módulo a través de los Objetivos Generales.

Esta ponderación la encontramos en la siguiente tabla:

RA	%
RA1: Administra los accesos y conexiones a redes públicas, semipúblicas y privadas, utilizando navegadores y buscadores de información especializados en la red pública Internet.	10
RA2: Gestiona diversos servicios y protocolos de Internet, manejando programas de correo electrónico y de transferencia de archivos, entre otros.	10
RA3: Realiza la facturación electrónica y otras tareas administrativas de forma telemática, utilizando en cada caso software específico.	10
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.	10
RA5: Construye páginas web atractivas para los usuarios de Internet, utilizando criterios de posicionamiento, fácil manejo y persuasión.	20
RA6: 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
RA7: Define la política de comercio electrónico de la empresa, estableciendo las acciones necesarias para efectuar ventas on-line.	20
TOTAL	100%

1.1. Temporalización de los Resultados de Aprendizaje

El módulo profesional de “**MARKETING DIGITAL**” cuenta con seis horas semanales. En cualquier caso, la temporalización estará en función de la capacidad de aprendizaje y comprensión de los alumnos.

Resultado de Aprendizaje	1T	2T
RA1: Administra los accesos y conexiones a redes públicas, semipúblicas y privadas, utilizando navegadores y buscadores de información especializados en la red pública Internet.	X	
RA2: Gestiona diversos servicios y protocolos de Internet, manejando programas de correo electrónico y de transferencia de archivos, entre otros.	X	
RA3: Realiza la facturación electrónica y otras tareas administrativas de forma telemática, utilizando en cada caso software específico.	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.	X	X

RA5: Construye páginas web atractivas para los usuarios de Internet, utilizando criterios de posicionamiento, fácil manejo y persuasión.	X	X
RA6: 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.		X
RA7: 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.		X

4. Contenidos

La estructura de cada título está diseñada para que cada Resultado de Aprendizaje se desarrolle a través de un número determinado de Criterios de Evaluación. A estos elementos curriculares se le asocian unos Contenidos Básicos que permiten alcanzar las competencias definidas para cada Módulo Profesional.

4.1 Contenidos del Módulo

La estructura de los Contenidos Básicos es un conjunto de bloques de contenido (cada uno de ellos asociado a un Resultado de Aprendizaje), un conjunto de subbloques de contenido (cada uno de ellos asociado a un Criterio de Evaluación), y un conjunto de elementos de contenido (que sirven para desarrollar los anteriores).

Para este módulo profesional, los Contenidos Básicos son:

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 World Wide Web, los dominios de la red.
- Modos de conectarse a Internet.
- Configuración del acceso.
- Las intranets y las extranets.
- Qué es un navegador y cómo funciona: 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.

2. Gestión de diversos servicios y protocolos de Internet:

- Correo electrónico: qué es y cómo funciona.
- El correo web: crear una cuenta, realizar las funciones básicas de leer, responder y enviar.
- Correo no deseado.
- Correo POP3: qué es y cómo utilizarlo.
- Gestionar las operaciones de envío, recepción y mantenimiento de correo POP3.
- Transferencia de archivos: qué es y cómo utilizarla.
- Servidores FTP. Aplicaciones FTP.
- Redes P2P (peer to peer): aplicaciones.

- Descargas: musicales, de vídeos y software.
- Freeware y shareware.
- Conexiones telefónicas de voz.

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

- Factura electrónica: aspectos generales, condiciones para su utilización y normativa legal.
- Seguridad: firma electrónica reconocida.
- 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, spyware y phishing.
- Los programas antivirus, cortafuegos y antiespías.

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.
- Servicio de mensajería instantánea.
- Telefonía por Internet.
- Videoconferencia.
- Los foros: leer y escribir en un foro.
- Los grupos de discusión.
- Redes sociales.
- Weblogs, blogs o bitácoras.
- Redes sociales para empresas.
- 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.
- Blog externos y RSS.
- Cómo buscar un grupo interesante.
- Crear una red de contactos influyentes.
- Comprar y vender en redes sociales.

5. Construcción de páginas web:

- Estructura de una página web.
- Lenguaje HTML.
- Creación de páginas web con los editores web más usuales.
- 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.
- Zonas calientes y zonas de usuario.
- El carrito de la compra online.

6. Diseño del plan de marketing digital:

- Desarrollo del plan de marketing digital.
- El comportamiento del cliente online.
- Promoción online y offline de la web.
- Herramientas de posicionamiento en buscadores: e-mail marketing, SEM, SEO y campañas en páginas afines.
- Políticas de captación: proceso de creación de una marca.
- Análisis de estadísticas y medición de resultados.
- Marketing 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.

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.
- Selección y registro de dominio.
- 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.
- Firma.
- Certificados digitales.
- Encriptación.
- Negocios electrónicos: e-shop, e-mail, e-procurement, e-marketplace y e-auction, entre otros.

5. Metodología

Este módulo presenta contenidos teóricos y prácticos, por lo que se procurará en cada sesión realizar un cambio en la dinámica de la clase, en el que se trabaje la teoría y la práctica. Este cambio en el ritmo de trabajo nos permitirá trabajar de forma paralela para alcanzar la consecución de los siete resultados de aprendizaje del módulo.

Se trata de una metodología que convierte al alumno/a en agente fundamental de su propio aprendizaje utilizando, siempre que sea posible, experiencias cercanas a la vida de los estudiantes.

Orientaciones pedagógicas

Este módulo 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 los 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.

Por tanto, la metodología que se seguirá en el aula está dirigida a una **enseñanza activa, participativa, individual y colaborativa**, actuando de la siguiente manera:

Actividades de Inicio:

- Brainstorming/Lectura de situación real o caso práctico. Se realizan dependiendo de la unidad, una lluvia de ideas al comienzo de la clase para ver qué idea preconcebida traen sobre el tema a estudiar. También se expondrán viñetas, anuncios publicitarios, imágenes relevantes o vídeos (extractos de película, etc.) o con el tema de referencia y unas preguntas posteriores, para propiciar debates o diálogos e intentar llamar su atención sobre lo próximo a estudiar, dinámicas, búsquedas, artículos, vídeos, gamificación...

Actividades de Desarrollo:

- Participación continua. Se visualizarán vídeos, de ámbito empresarial donde al finalizar su visionado se entregarán cuestionarios para comprobar el grado de comprensión del mismo. Se entregarán actividades y crucigramas a los alumnos para que los resuelvan al finalizar la clase y comprobar si han entendido los conceptos claves explicados durante la misma.

- Utilización de las TIC y trabajo en equipo. Se realizarán ejercicios prácticos en el aula con los ordenadores. Se les pedirá a los alumnos que trabajen de forma individual, siguiendo unas determinadas pautas a realizar para mejorar la competencia digital y el tratamiento de la información.
- Hábito para la lectura y comprensión lectora. Realizarán en voz alta lectura de textos, para su posterior debate y puesta en común de preguntas realizadas por la profesora. Se les pedirá un resumen de determinados temas o mapas conceptuales. Se les mostrará recortes de prensa para su reflexión y debate.
- Actividades expositivas. Se les solicitará que trabajen en grupo con algún epígrafe concreto y que lo expongan en clase.
- Actividades digitales: Incorporando el uso de las TAC (tecnología aplicada al aprendizaje y el conocimiento), con la utilización de dispositivos digitales (PC). Nuestro alumnado deberá dominar perfectamente las estrategias de búsqueda de información en la red, tanto a lo largo del curso para su aprendizaje como una vez finalizado el curso en su vida laboral, ya que están en contacto directo y continuo con las nuevas tecnologías, principalmente con Internet y su uso en dispositivos, además la mayoría de las actividades evaluables serán seguidas a través de la plataforma Moodle del centro. Estas actividades pueden ser de inicio, desarrollo, síntesis, refuerzo o ampliación.

Actividades Finales:

- Ejercicios prácticos. Realización de actividades propuestas por la docente.
- Presentación de actividades digitales: Se revisarán todas las actividades tanto las evaluables como las que no de Moodle, para valorar su trabajo y presentación.
- Prueba escrita o trabajo. Realización de una prueba escrita o de un trabajo si se estima oportuno.
- Actividades de síntesis como tipo test, resúmenes y esquemas, en algunas ocasiones los casos recopilatorios de cada RA constituyen en sí una actividad de síntesis, así como de relación entre los contenidos de cada RA.

Actividades de refuerzo y ampliación:

Las actividades de refuerzo estarán centradas en aquellas capacidades que el alumnado no haya podido conseguir.

Las actividades de ampliación estarán enfocadas al alumnado que ha ido adquiriendo las capacidades necesarias durante la unidad y al que se le encomienda la investigación, profundización o resolución de tareas que lograrán enriquecer su conocimiento.

PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO Y ACTIVIDADES

Como se ha expuesto anteriormente la programación se ha organizado en 7 unidades didácticas, una por cada Resultado de Aprendizaje del módulo. La duración de cada una de ellas será flexible y estará en función del grado de complejidad de los contenidos y del ritmo de aprendizaje del grupo. La temporalización de las actividades programadas en cada unidad didáctica variará en función del tipo de actividad, agrupamiento de los alumnos y alumnas y de los recursos utilizados teniendo en cuenta que será necesario adaptar la actividad al tiempo disponible, como es el caso de alguna

actividad especial y, si existe alguna salida fuera del centro, actividad que habrá que programar con tiempo. En cualquier caso, independientemente del número de sesiones de cada unidad de trabajo, el orden metodológico general a seguir será el siguiente:

1. **Introducción al tema** en clase sobre los conceptos, la estructura y procedimientos fundamentales de la unidad didáctica.

2. **Exploración inicial** para determinar qué grado de conocimiento tienen sobre lo que se tratará en la nueva unidad, verificando los conocimientos a través de cuestionarios, debates, gamificaciones.

3. **Desarrollo de los contenidos.** Es deseable que los contenidos sean fáciles de seguir por el alumno, que estén fuertemente estructurados y escritos con un lenguaje sencillo pero preciso. Las palabras y conceptos clave de la unidad didáctica deben señalarse, explicarse y definirse. Al terminar la explicación de cada epígrafe, o aspecto destacado de la unidad didáctica, se debería potenciar la asimilación de conocimientos mediante la realización de ejercicios y actividades prácticas. La explicación del profesor se realizará de forma presencial.

4. **Realización de casos prácticos, simulaciones y actividades sobre los temas objeto de estudio**, lo más cercanos a la realidad, con un grado creciente de dificultad. Se realizarán tareas tanto en clase como en casa y se subirán a la plataforma Moodle para su evaluación. Los casos prácticos de tipo recopilatorio de cada unidad siempre incluyen un debate con el grupo completo y en ocasiones la presentación al resto de compañeros, a veces cuando el interés didáctico lo requiera.

5. **Realización de trabajos de investigación**, valorando la capacidad de trabajo en equipo y la exposición de resultados en público, así como ser capaces de obtener información relevante y saber utilizarla para diseñar cambios o mejoras en un entorno de trabajo de empresa.

6. **Recuperación, refuerzo y ampliación.** A lo largo de la unidad o después de las mismas para reforzar/ ampliar conocimientos.

6. Evaluación

6.1 Criterios de evaluación

Los criterios de evaluación establecen el tipo y grado de aprendizaje que se espera que el alumnado haya alcanzado en un momento determinado y respecto a los resultados de aprendizaje indicados.

A través de los criterios de evaluación se seleccionan los aprendizajes básicos de la materia necesarios para aprendizajes posteriores. A continuación, se expone la ponderación de los mismos y las unidades didácticas asociadas para su valoración:

RA1: Administra los accesos y conexiones a redes públicas, semipúblicas y privadas, utilizando navegadores y buscadores de información especializados en la red pública Internet.	Ponderación 10%
Criterios de Evaluación	Unidad didáctica asociada
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.	1

RA2: Gestiona diversos servicios y protocolos de Internet, manejando programas de correo electrónico y de transferencia de archivos, entre otros.	Ponderación 10%
Criterios de Evaluación	Unidad didáctica asociada
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.	2

RA3: Realiza la facturación electrónica y otras tareas administrativas de forma telemática, utilizando en cada caso software específico.	Ponderación 10%
Criterios de Evaluación	Unidad didáctica asociada
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

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.	Ponderación 10%
Criterios de Evaluación	Unidad didáctica asociada
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.	4

RA5: Construye páginas web atractivas para los usuarios de Internet, utilizando criterios de posicionamiento, fácil manejo y persuasión.	Ponderación 20%
Criterios de Evaluación	Unidad didáctica asociada
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 gratuito.	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.	5

RA6: 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.	Ponderación 20%
Criterios de Evaluación	Unidad didáctica asociada
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.	6

RA7: Define la política de comercio electrónico de la empresa, estableciendo las acciones necesarias para efectuar ventas on-line.	Ponderación 20%
Criterios de Evaluación	Unidad didáctica asociada
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 garantizan la privacidad e invulnerabilidad de las operaciones.	7
i) Se han identificado los diferentes tipos de negocios electrónicos existentes.	7

6.2 Procedimiento de evaluación

La evaluación debe ser un proceso constante para detectar los problemas cuando se produzcan y poder darle respuesta inmediata. Aspecto importante a tener en cuenta es que los procesos de aprendizaje son individuales, es decir, cada individuo tiene los suyos propios y, además, son variables, modificándose según las circunstancias de cada momento.

Respecto al cuándo evaluamos, diferenciamos:

- **Evaluación inicial:** cuando se aplica al comienzo del curso o antes de iniciar una nueva unidad de trabajo o bloque de contenidos. Tiene un carácter diagnóstico y pronóstico.
- **Evaluación sumativa:** cuando se realiza al final de un proceso: curso, trimestre, cuatrimestre, unidad, bloque, etc. También, se conoce como evaluación final.
- **Evaluación formativa:** la que se realiza durante el proceso de aprendizaje, permite ver el progreso en el aprendizaje. Permite un permanente feedback para el/la docente y coincidiría con el concepto de evaluación continua. La importancia de esta evaluación es capital puesto que nos permitirá conocer cuáles son los aspectos que necesitamos reforzar del alumno para que éste alcance los objetivos propuestos. Asimismo, nos permitirá conocer qué otros objetivos se han alcanzado, esto será comunicado al alumno para que se sienta motivado.

6.3 Instrumentos de evaluación

Para evaluar el grado de consecución de los resultados de aprendizaje del alumnado tendremos que basarnos en los diferentes instrumentos de evaluación, que son técnicas, recursos o procedimientos que se utilizarán para obtener información acerca de todos los factores que intervienen en el proceso formativo con la finalidad de poder llevar a cabo en cada momento la evaluación correspondiente. Básicamente usamos cuatro:

- ⇒ **Observación:** comportamientos, valores, actitudes, nivel de integración.
- ⇒ **Análisis de las realizaciones del alumnado:** ejercicios, trabajos individuales, trabajos en equipo, el cuaderno de clase. Durante el curso, el alumno en función de las características del grupo puede ser analizado a través tanto de proyectos en grupo y/o a cabo actividades individuales durante las unidades y al finalizar cada una de ellas.
- ⇒ **Análisis de las exposiciones:** Los trabajos realizados conllevan una puesta en común con el resto de compañeros cuando así la materia lo permita.
- ⇒ **Pruebas específicas** escritas, orales, en grupo. Cada bloque de contenidos irá asociado a una prueba en la que el alumno resolverá cuestiones teóricas y prácticas. **Las pruebas teórico-prácticas tienen carácter individual y cualquier ayuda que pudiera tener el alumno/a, ya sea de un compañero/a o a través de algún instrumento de apoyo no permitido, supondrá la retirada de la prueba y su inmediata anulación, teniendo que realizarla en junio el alumnado de primer curso y antes de realizar la evaluación previa del módulo de formación en centros de trabajo, el alumnado de segundo curso.**
- ⇒ **Comportamiento:** forma parte de las competencias sociales y personales por lo que el contenido estará vinculado al análisis de asistencia y puntualidad, trato con el resto de compañeros, participación en las actividades grupales... Se valorará la posibilidad de crear cuestionarios de desempeño en trabajos grupales.

El alumnado será informado de los criterios de evaluación, así como de los requisitos mínimos exigibles para obtener una calificación positiva.

Durante el curso el alumno debe asumir un **compromiso de honestidad** y se compromete a no llevar a cabo acciones que puedan mejorar de forma deshonestamente los resultados de su evaluación, ni mejorar o perjudicar las puntuaciones de otros estudiantes. Si así lo hiciera el alumno suspendería la evaluación del módulo teniendo que acudir a la convocatoria ordinaria para superarlo.

6.4 Criterios de calificación

Para obtener las calificaciones tanto de las evaluaciones parciales como de la final, nos regiremos por lo establecido en el **artículo 3, punto 3 de la orden de ORDEN de 29 de septiembre de 2010**, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

“Al término del proceso de enseñanza-aprendizaje, el alumnado obtendrá una calificación final para cada uno de los módulos profesionales en que esté matriculado. Para establecer dicha calificación los miembros del equipo docente considerarán el **grado y nivel de adquisición de los resultados de aprendizaje** establecidos para cada módulo profesional, de acuerdo con sus correspondientes criterios de evaluación y los objetivos generales relacionados, así como de la competencia general y las

competencias profesionales, personales y sociales del título, establecidas en el perfil profesional del mismo **y sus posibilidades de inserción en el sector profesional y de progreso en los estudios posteriores a los que pueda acceder.**”

Para ello, procedemos ponderando cada criterio de evaluación en función de su mayor o menor contribución a alcanzar el resultado de aprendizaje de forma que, para cada parcial, el total de ponderaciones sume el máximo a calificar, esto es el 100%.

Calcularemos la calificación multiplicando la nota obtenida a través de cada uno de los **instrumentos de evaluación** que hayamos utilizado en cada unidad de trabajo por la ponderación que le otorguemos a cada uno de los **criterios de evaluación** con el que esté asociado.

La **calificación** del módulo se obtendrá multiplicando la calificación de cada resultado de aprendizaje por su ponderación correspondiente.

Para la calificación de pruebas y actividades se tendrán en cuenta las siguientes consideraciones:

Insuficiente (1, 2, 3, 4)

- Cuestiones no realizadas.
- Incomprensión de conceptos básicos.
- Estrategias erróneas.

Suficiente (5)

- Contenido correcto pero superficial.
- Estrategias y planteamientos incompletos.

Bien (6)

- Profundización parcial en el tema.
- Plan parcialmente correcto.

Notable (7 y 8)

- Demostración de conocimiento.
- Planteamiento correcto.
- Error de transcripción, error de cálculo, respuesta parcial sin concluir el problema.

Sobresaliente (9 y 10)

- Respuestas correctas, profundas, claras y específicas.
- Comprensión total del problema.
- El plan conduce a la solución.

Se considerarán aptos los alumnos con calificaciones iguales o superiores a cinco puntos obtenidos en la media ponderada de cada Resultado de Aprendizaje. Todos los Resultados de Aprendizaje deben obtener una puntuación igual o superior a cinco puntos para hacer la media y obtener así la puntuación global del módulo.

De forma común en todos los módulos se seguirán las ponderaciones de la tabla siguiente:

EVIDENCIAS	PORCENTAJES
Competencias Profesionales	80% (*)
Instrumentos tales, como actividades, pruebas escritas, prácticas, exposiciones orales...	
Competencias Personales y Sociales	20%

(*) Se debe entender que el número de exámenes y actividades variará en función del módulo y la unidad de trabajo.

Además, se tendrá en cuenta lo siguiente:

A) Para superar las pruebas teórico-prácticas y proyectos realizados durante la evaluación:

- Se necesitará obtener como **mínimo una calificación de 5 puntos**.
- Si el alumno/a no asiste y presenta documentación justificativa oficial, podrá realizar de nuevo esa prueba el día fijado para la recuperación de la correspondiente evaluación. Si no superase esta prueba, podría realizar la recuperación de la misma, que se realizaría **antes de la celebración de la evaluación correspondiente**.
- En las **pruebas con contenidos prácticos y teóricos**, donde aparezcan diferenciadas ambas partes, la prueba será apta si se superan los porcentajes indicados en cada una de las partes de la prueba, por ejemplo, 60% de la parte A y 40% de la parte B. En el caso de no superar las dos partes, la nota máxima será de 4 puntos, quedando pendientes todos los contenidos (teóricos y prácticos).
- Los proyectos deberán estar presentados **TODOS** y tener una puntuación mínima de 5 puntos. Se abrirá un plazo de recuperación antes de la evaluación para la entrega de proyectos con calificación menor de 5 y para los no presentados según tiempo y forma (estos últimos perderán la calificación relativa a competencias personales y sociales relativas a la entrega de trabajos, proyectos y actividades).
- Las pruebas teórico-prácticas tienen carácter individual y cualquier ayuda que pudiera tener el alumno/a, ya sea de un compañero/a o a través de algún instrumento de apoyo no permitido, supondrá la retirada de la prueba y su inmediata anulación, teniendo que realizarla en junio el alumnado de primer curso y antes de realizar la evaluación previa del módulo de formación en centros de trabajo, el alumnado de segundo curso.

B) Para superar las actividades se deben presentar todas las propuestas, siguiendo las siguientes indicaciones:

- Deben realizarse en clase o en el taller, dentro de la organización normal de las clases. Cuando la profesora así lo indique, también pueden ser realizadas por el alumnado en casa y colgadas en la plataforma Moodle dentro del plazo y forma indicadas.
- Todas deberán ser presentadas en el tiempo y forma estipulados por la profesora.
- Aquellos alumnos/as que no presenten las actividades, deberán entregarlas antes de la evaluación. Y, cuando la profesora lo determine, **deberán superar esa parte de la materia haciendo una prueba teórica de los criterios de evaluación asociados a dicha actividad**.
- En ningún caso, corresponde al profesor/a la tarea de recordar al alumnado que no haya presentado alguna de sus actividades, que proceda a subsanar dicha situación. Se considera que el alumnado, tiene la madurez personal y profesional suficiente como para ser conscientes de las actividades que no haya entregado puntualmente. El propio alumnado deberá llevar un sistema adecuado de control de actividades realizadas, así como de las calificaciones obtenidas en las pruebas realizadas a lo largo del curso.
- Para que un alumno/a supere el módulo correspondiente, además de superar las pruebas teórico-práctico y proyectos, **deberá tener presentadas antes de la evaluación de final de curso, TODAS las actividades propuestas a lo largo del curso o las actividades de recuperación sustitutorias propuestas**. Se abrirá un plazo extraordinario para la entrega de actividades pendientes en la tercera evaluación. Incluso aunque el alumnado tenga aprobados los exámenes de la UT a la que corresponden esas actividades, deberá presentarlas para superar la evaluación de final de curso.

C) Criterios de evaluación para las competencias personales y sociales.

Una vez obtenida la calificación media ponderada de las competencias profesionales se le debe sumar un máximo de 2 puntos en relación a las competencias personales y sociales, siguiendo los siguientes ítems:

- Participación **activa y positiva** en clase, realizando las actividades propuestas.
- Muestra **autonomía** en el proceso de aprendizaje y responde de manera eficaz a las **contingencias**.
- Muestra **interés e iniciativa** por obtener un resultado **óptimo** en sus actividades
- **Colabora** con el resto de **compañeros** en el desarrollo de actividades grupales.
- Muestra una **actitud correcta** ante otros **miembros de la comunidad educativa**.
- Realiza las **entregas** de trabajos, proyectos y actividades en **tiempo y forma**.

Las notas correspondientes a las competencias personales y sociales serán evaluadas mediante evidencias del cuaderno de clase, la participación y el comportamiento, los cuales conjuntamente suman el **20%** del peso de la calificación total. Su calificación se obtendrá mediante el uso de una **rúbrica**, la cual se muestra a continuación:

EVIDENCIA/PESO	MUY BIEN 9	BIEN 7	REGULAR 4	INSUFICIENTE 1
Entrega y realiza los trabajos puntualmente.				
Las tareas presentan limpieza orden y claridad en los trabajos, sin faltas de ortografía y su diseño es adecuado e innovador.				
Tiene todos los trabajos solicitados por la docente.				
Utiliza distintos colores o tamaños de letras para diferenciar los enunciados de los ejercicios.				
Participa en clase y mantiene una actitud adecuada y positiva.				
Ayuda a los compañeros por iniciativa propia o por solicitud de la docente.				

Nota Competencias Personales y Sociales

La participación activa y positiva en clase, muestra de autonomía e interés e iniciativa se evaluarán mediante registros de la profesora que incluyen:

1) Participación activa en el desarrollo de las sesiones de clase a modo de intervenciones cuando la profesora las requiera o de manera espontánea.

2) Recogida en clase de pequeñas preguntas realizadas de manera presencial sin previo aviso sobre contenidos que se imparten en clase

La puntuación en colaboración en actividades grupales se pierde cuando un alumno o alumna no colabora en las entregas en grupo con el resto de sus compañeros/as o simplemente no las realiza o no se presenta a las exposiciones grupales

La puntuación en actitud correcta ante los miembros de la comunidad educativa se pierde si el alumno obtiene partes de disciplina o falta el respeto a los profesores/as de manera reiterada.

La entrega de trabajos en tiempo y forma solo puntúa a los alumnos/as que entregan todos ellos antes del plazo de entrega establecido por la profesora.

Nota para entregas con exposición oral

En el caso de entregas de tareas con exposición oral, bien sean grupales o individuales, los alumnos que no expongan en el día y horas indicadas (salvo justificación documentada) no superan estas y tendrán que realizar de nuevo la entrega (nuevo trabajo también en el caso de trabajo entregado, pero no expuesto) y también

exponerlo/a en el periodo indicado por la profesora para recuperar las entregas suspensas. Los alumnos que justifiquen esta y entregan en tiempo y forma el trabajo, tendrán la posibilidad de cerrar con la profesora un día y hora para realizar la exposición y si es superada no van con dicha entrega a recuperaciones.

6.5 Recuperación

El alumno/a que no haya alcanzado al menos un cinco sobre diez en la calificación de cada **resultado de aprendizaje** llevará a cabo una recuperación de los mismos que consistirá en la repetición de pruebas, trabajos o actividades similares que refuercen los contenidos objeto de nueva evaluación que no hayan sido aún superados. Este aspecto será determinado por el/la docente en función de cada situación comunicándose al alumno/a con la mayor brevedad posible una vez quede determinado el modo de recuperación, siendo la convocatoria oficial para quienes así lo necesiten, en junio.

Periodo entre la 2ª evaluación parcial y la evaluación final

Este periodo que está regulado en la normativa vigente será dedicado prioritariamente a la adquisición de aprendizajes no adquiridos por parte del alumnado con evaluación negativa. Si fuera necesario el profesor planteará actividades de síntesis con el fin de garantizar que el alumnado que no ha superado todos los RAs pueda hacerlo ahora y el poco tiempo disponible en este periodo no sea un inconveniente. En este tiempo el alumno debe realizar aquellas pruebas, proyectos, actividades y prácticas que no hayan superado, no alcanzando sus competencias profesionales, personales y/o sociales previstas ni consiguiendo por tanto los objetivos del módulo. Una vez realizada la propuesta de nota final del módulo, los alumnos que lo hayan superado y que deseen mejorar su nota final, deberán realizar la petición en el plazo estimado y deberán realizar aquellas prácticas, pruebas o actividades en las que haya obtenido más baja puntuación y que le serán indicadas (un máximo de 6 evidencias). Para decidir cuáles se hacen mantendrán una reunión previa con la profesora.

7. Medidas de atención al alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo

Aquellos alumnos que presenten problemas de aprendizaje o algún tipo de deficiencia se les garantizará el acceso a las pruebas de evaluación, proporcionándoles materiales específicos que les facilite la comprensión de los contenidos y realización de prácticas.

Las actividades estarán diseñadas para atender a todo el alumnado, si se detectara cualquier necesidad educativa se dará respuesta de inmediato según el protocolo N.E.A.E. (Necesidades Específicas de Apoyo Educativo). Así, nuestra actuación se centrará básicamente en:

- Atención a la diversidad de ritmos, aptitudes, intereses, expectativas y motivaciones del alumnado. Para dar respuesta a los distintos ritmos de aprendizaje, aptitudes, intereses, expectativas y motivaciones del alumnado al que hemos hecho referencia anteriormente y con los que nos encontramos inevitablemente en todos los cursos, estableceré dos tipos de actividades concretas, unas serán de refuerzo y otras de ampliación:
 - Si se aprecia la existencia de alumnos con un ritmo más acelerado de aprendizaje, se les propondrá **actividades de ampliación**, que generalmente consistirán en la realización de alguna investigación referente a los contenidos que se estén trabajando para motivarlos y que se impliquen en su proceso de enseñanza-aprendizaje.

- Si se aprecia alumnos con posibles dificultades de aprendizaje (ritmo más lento) o con problemas de motivación o falta de interés, se les propondrá la realización de **actividades de refuerzo**, que los introduzca en los contenidos de la materia y les ayude a seguir el ritmo de la clase con menor dificultad, así como la selección de actividades y el desarrollo de una metodología motivadora y que despierte su interés.
- Atención a alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo. Se contemplan las siguientes medidas de atención a la diversidad para atender a este alumnado que lo necesite cuando se detecte la necesidad:
 - Situarlo en primera fila o un lugar dónde pueda tener un compañero de apoyo, a no ser que el alumno progrese bien en el sitio dónde se encuentre.
 - Actividades muy pautadas con instrucciones claras y concisas.
- Supervisión constante: Si la tarea es muy larga fragmentarla. Para facilitar su implicación en las tareas incrementar el número de veces que se supervisa su trabajo. Apoyo en las explicaciones y más atención en su consecución de los estándares.
- Actividades variadas con diferente nivel de dificultad con intención de desarrollarlas con el alumnado en clase. Para aquellos alumnos/as que no tienen problemas en realizar las actividades básicas propuestas para todos/as, se ha diseñado actividades más complejas (actividades de ampliación), y, por otra parte, para aquellos/as que se ha detectado que tienen problemas para la consecución de las actividades básicas, se plantea otras más sencillas que presentan menor nivel de dificultad (actividades de refuerzo).
- Flexibilidad en los tiempos asignados a las actividades en función de las dificultades encontradas por el alumnado.
- Se podrán crear si se ve conveniente, grupos de cooperación en el que los/as alumnos/as más aventajados orientarán y ayudarán a aquellos/as compañeros/as que necesiten más tiempo y refuerzo en la ejecución de las tareas, cuando la profesora esté ocupada trabajando con el resto del grupo.

Para concluir, destacar que la planificación de esta programación y su puesta en práctica va a tener en cuenta la diversidad del alumnado y las consiguientes necesidades educativas con el fin de:

- Prevenir la aparición o evitar la consolidación de dificultades de aprendizaje.
- Facilitar el proceso de maduración y autonomía del alumnado.
- Fomentar actitudes de respeto a las diferencias individuales.

8. Transversalidad

Es fundamental en la educación de cualquier persona que, desde temprana edad hasta la culminación de sus estudios, se aborden los temas transversales en el currículo de cada materia y estén presentes de manera permanente en la vida del aula, ya que tales temas se encuentran diariamente en la sociedad actual.

Expresamente, en nuestra programación estableceremos los siguientes elementos transversales para el fomento y desarrollo de la educación en valores:

- **Educación ética y moral.** Fomentando actitudes de respeto hacia el compañero, otras culturas y tolerancia con otras ideas. Esto se llevará a cabo con actividades de debate en clase.
- **Educación para la paz.** Intentando mediante el diálogo solucionar los posibles conflictos que surjan en el ámbito escolar.
- **Educación de igualdad de sexos.** Este tema se puede abordar de manera concreta en la unidad didáctica de los recursos humanos, y con la actividad complementaria del Día de la Constitución con la charla de los derechos laborales, reflexionando sobre la discriminación que ha sufrido la mujer antes en mayor medida y cada vez menos en el ámbito profesional.
- **Educación del consumidor.** Propiciando al alumno un consumo racional. Este tema se estudiará directamente en la unidad didáctica de la función comercial, concretamente con el marketing y cómo los medios de comunicación intentan crear una sociedad consumista sin tener presente si esas necesidades son necesarias o no.
- **Educación del medio ambiente.** Concienciar al alumno sobre el problema del cambio climático y de la influencia de las grandes empresas industriales, pero también con pequeñas acciones de reciclaje en el aula. Mediante la lectura de prensa se propiciará el debate del mismo.
- **Las Tics:** la creciente importancia de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, conocidas como TIC, que agrupan elementos y técnicas utilizadas en el tratamiento y transmisión de información, en general informática, Internet y telecomunicaciones, con búsqueda de definiciones para términos claves, así como el uso habitual de Moodle.
- **Cultura andaluza:** siempre que sea posible, con especial hincapié en la cultura empresarial andaluza.
- **Fomentar el emprendimiento y la innovación:** Participación en el programa Inicia. Cultura emprendedora

9. Materiales y recursos didácticos

Para el desarrollo del módulo profesional de “Atención al cliente” utilizaremos los siguientes materiales y recursos didácticos:

Se hace necesario tanto para la profesora como para el alumnado disponer continuamente de un dispositivo informático adecuado para trabajar en la plataforma Moodle y realizar trabajos con implicación de TICS en el campo del Comercio y Marketing. En el centro habrá uno fijo asignado a cada usuario.

A modo de resumen podemos indicar los siguientes:

1. Cuaderno de clase online: los alumnos deberán reflejar en él todas las actividades que se realicen en clase y en casa, de forma ordenada y limpia, y subirlo en la plataforma Moodle en su correspondiente unidad.

2. Recursos impresos: complementarán el trabajo diario de clase. Algunos de estos materiales son: libros, prensa, catálogos, tickets, fotocopias. Podemos señalar los apuntes en PDF subidos a la plataforma Moodle como una guía para el trabajo diario de clase, sin perder de vista la base de la programación.

3. Pizarra: será un apoyo a las explicaciones del profesor y para las exposiciones de los alumnos, así como algunas correcciones de ejercicios.

4. Material audiovisual y visual: actualmente es un recurso importante por la motivación y el interés que suscita en el alumnado, por lo que se intentará usar

regularmente alguno de los siguientes materiales: fotografías, carteles, proyector/videoprojector, vídeos, programas televisivos, fragmentos de películas, emisiones radiofónicas.

5. Material informático: como parte fundamental de las Nuevas Tecnologías el alumno deberá manejar la herramienta de Internet para realizar diversas actividades de búsqueda de información. En general deberán usar el ordenador para trabajar en la plataforma Moodle, realizar búsquedas de información, actividades, trabajos, etc.

10. Actividades complementarias y extraescolares

A lo largo del curso se intentarán adaptar todas las posibles bajo el Programa Inicia, realizando las charlas de especialistas o de organismos. A su vez, se llevarán a cabo diferentes visitas a empresas con el fin de observar en la práctica los contenidos vistos en el aula. Así mismo, se recibirán visitas de especialistas en el centro que impartirán charlas y talleres al alumnado relacionados con los contenidos del módulo.

Para alcanzar los objetivos propuestos se han programado distintas actividades:

- ✓ Visitas a empresas, principalmente a empresas del entorno, repartidas a lo largo del curso, en las que los alumnos/as puedan comprobar la organización, así como las actividades y operaciones que se realizan en las mismas, relacionadas con los contenidos de los módulos específicos. Siempre que la situación actual lo permita.

- ✓ Charlas a realizar por algún experto, directivos de empresas de la zona, por representantes de jóvenes empresarios, etc. a realizar en el aula.

- ✓ Talleres de Proyectos Andalucía Compromiso Digital.

- ✓ Actividades organizadas por el Departamento de Convivencia.

- ✓ Podrán participar conjuntamente con excursiones y actividades que se hayan aprobado por el departamento dado el pequeño número de alumnos que participarán.

- ✓ Participación en eventos, muestras, exposiciones... Cuando tengan lugar a lo largo del curso. Solos o en compañía de otros grupos.

- ✓ Cualquier actividad, que surja, relacionada con los contenidos y objetivos de la materia, para todos los niveles y trimestre por determinar.

- ✓ Visita a empresas dedicadas a la Gestión de productos y promociones en los puntos de venta de la provincia

- ✓ Charlas en diferentes localizaciones relacionadas con la materia

- ✓ Charlas de temáticas transversales

- ✓ Charlas sobre promociones online

- ✓ Días mundiales señalados

- ✓ Visita a departamentos de Comercio y Marketing de empresas

- ✓ Visita a agencias de publicidad y marketing