

## 1. Identificación da programación

### Centro educativo

Código	Centro	Concello	Ano académico
36015159	Chan do Monte	Marín	2021/2022

### Ciclo formativo

Código da familia profesional	Familia profesional	Código do ciclo formativo	Ciclo formativo	Grao	Réxime
COM	Comercio e márketing	CMCOM01	Actividades comerciais	Ciclos formativos de grao medio	Réxime xeral-ordinario

### Módulo profesional e unidades formativas de menor duración (\*)

Código MP/UF	Nome	Curso	Sesións semanais	Horas anuais	Sesións anuais
MP1235	Comercio electrónico	2021/2022	7	123	147
MP1235_12	Comunicación, promoción e redes sociais	2021/2022	7	80	96
MP1235_22	Venda en liña	2021/2022	7	43	51

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

### Profesorado responsable

Profesorado asignado ao módulo	ANTONIO MANDÍAS TOLEDO
Outro profesorado	

Estado: Pendente de supervisión inspector

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

Tal como indica a lexislación no ciclo preténdese formar alumnos que se incorporen a empresas que desenvolvan actividades de distribución e comercialización de bens e/ou servizos, ou en xestionar un pequeno establecemento comercial.

O tecido produtivo da zona e o pequeno comercio, cadeas de distribución, centros comerciais e o porto de Marín. Todas elas son susceptibles de comercializar a súa actividade a través dunha tenda online e de darse a coñecer entre os consumidores e outras empresas por medio do resto das novas tecnoloxías.

**3. Relación de unidades didácticas que a integran, que contribuirán ao desenvolvemento do módulo profesional, xunto coa secuencia e o tempo asignado para o desenvolvemento de cada unha**

U.D.	Título	Descrición	Duración (sesións)	Peso (%)
1	Páxina web		50	35
2	Relacións con outros usuarios da rede, redes sociais e entornos web 2.0		17	15
3	O plan de marketing		27	25
4	Comercio electrónico		53	25

#### 4. Por cada unidade didáctica

##### 4.1.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
1	Páxina web	50

##### 4.1.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA2 - Realiza o mantemento da páxina web corporativa, a tenda electrónica e o catálogo en liña, utilizando aplicacións informáticas e linguaxes específicas	SI

##### 4.1.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado

Criterios de avaliación
CA2.1 Redactáronse sentencias en linguaxe de etiquetas de hipertexto (HTML)
CA2.2 Utilizáronse programas comerciais para crear os ficheiros que compoñen as páxinas web
CA2.3 Rexistrouse o enderezo de páxinas web con dominio propio ou con aloxamento gratuíto
CA2.4 Enviáronse os ficheiros web creados ao servidor de internet mediante programas especializados nesta tarefa
CA2.5 Utilizáronse programas específicos de inclusión de textos, imaxes e son
CA2.6 Construíuse unha páxina web eficiente para o comercio electrónico
CA2.7 Incluíronse na web ligazóns de interese capaces de xerar tráfico orientado e interesado no que se ofrece

##### 4.1.e) Contidos

Contidos
Estruturar unha páxina web corporativa.
0Zonas quentes e zonas de usuario/a.
O carro da compra en liña.
Linguaxe HTML.
Creación de páxinas web cos editores web máis usuais.
Elección do servidor para aloxar páxinas web.
Publicación de páxinas web vía FTP.
Alta en buscadores.
Programas de deseño gráfico e outras utilidades para a web.
Catálogo en liña.
Fluxos de caixa e financiamento da tenda en liña.

#### 4.2.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
2	Relacións con outros usuarios da rede, redes sociais e entornos web 2.0	17

#### 4.2.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA3 - Establece foros de comunicación entre persoas usuarias, utilizando as redes sociais de ámbito empresarial	SI
RA4 - Utiliza contornos de traballo dirixidos ao usuario final (Web 2.0), integrando ferramentas informáticas e recursos de internet	SI

#### 4.2.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado

Criterios de avaliación
CA3.1 Utilizáronse programas web para manter conversas de texto
CA3.2 Manexáronse aplicacións de mensaxaría instantánea
CA3.3 Aplicáronse sistemas de comunicación oral que utilizan só son, ou son e imaxe
CA3.4 Propuxéronse temas de contido profesional a través de blogs temáticos
CA3.5 Establecéronse contactos sobre temas concretos a través de blogs temáticos de contido profesional
CA3.6 Efectuáronse comunicacións, publicidade e vendas con outras persoas usuarias da rede a través de redes sociais
CA3.7 Xeráronse contidos audiovisuais e fotográficos da actividade, produtos e procesos comerciais
CA4.1 Definíronse os modelos e funcionalidades Web 2.0. existentes na rede
CA4.2 Utilizáronse os recursos gratuítos e libres incluídos nos sitios Web 2.0
CA4.3 Aplicáronse os resultados obtidos no contorno Web 2.0 mediante a información proporcionada polas persoas usuarias
CA4.4 Realizáronse as tarefas necesarias para que a empresa estea presente, ademais de no seu propio sitio web, en buscadores, redes sociais, blogs, chats, foros, etc
CA4.5 Seleccionáronse as accións necesarias para integrar o comercio electrónico con funcionalidades propias da Web 2.0

#### 4.2.e) Contidos

Contidos
Grupos de conversa ou chat: programas IRC e webchat.
Utilizar elementos fotográficos e audiovisuais nunha páxina dunha rede social.
Engadir aplicacións profesionais a unha páxina.
Cómo buscar un grupo interesante.
Crear unha rede de contactos influentes.
Comprar e vender en redes sociais.

Contidos

Servizo de mensaxaría instantánea.

Telefonía por internet.

Foros: lectura e escritura.

Grupos de discusión.

Redes sociais.

Weblogs, blogs ou bitácoras.

Redes sociais para empresas.

Engadir elementos a unha páxina dunha rede social.

Concepto e características.

Funcionalidades: opinións e foros de persoas usuarias.

Reputación corporativa en liña.

Obxectivos.

Ferramentas do márketing en liña utilizadas na Web 2.0.

Webs integradas.

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

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

Posta en práctica de estratexias de seguridade informática.

#### 4.3.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
3	O plan de marketing	27

#### 4.3.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA1 - Aplica as directrices do plan de márketing dixital da empresa, participando na súa execución e na súa sustentación	SI

#### 4.3.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado

Criterios de avaliación
CA1.1 Examináronse as características xerais e particulares dun plan de márketing dixital capaz de alcanzar os obxectivos comerciais da empresa
CA1.2 Executáronse os procesos de posicionamento e márketing en liña
CA1.3 Executáronse os procesos de publicidade e promoción en liña axustados á normativa legal
CA1.4 Identificáronse os elementos que configuran o márketing de buscadores
CA1.5 Avaliáronse os desafíos do márketing electrónico: confianza nos medios de pagamento, problemas lóxicos e seguridade
CA1.6 Xestionáronse electronicamente as relacións coa clientela, definindo o programa de fidelización e as ferramentas que se vaian utilizar
CA1.7 Recoñecéronse as novas tendencias de comunicación e relación coa clientela no márketing dixital

#### 4.3.e) Contidos

Contidos
Plan de márketing dixital.
OMárketing relacional e xestión da relación coa clientela (CRM).
"Cross marketing".
Márketing viral.
Márketing 1x1.
Aplicacións do "mobile marketing", TDT, etc.
Televisión en internet, videoblogs, televisión na web, etc.
Inscripción en buscadores e en directorios especializados.
Características específicas da clientela en liña.
Boletíns electrónicos enviados con "e-mail marketing".
Deseño de blogs corporativos: modalidades.
Márketing en buscadores: SEM, SEO e campañas en páxinas afíns.
Normativa sobre comunicacións electrónicas e privacidade.

**Contidos**

Pagamentos con diñeiro electrónico e pagamentos en liña.

Márketing de afiliación. Comparadores de prezos.



#### 4.4.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
4	Comercio electrónico	53

#### 4.4.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA1 - Realiza as accións necesarias para efectuar vendas en liña, aplicando as políticas de comercio electrónico definidas pola empresa	SI

#### 4.4.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado

Criterios de avaliación
CA1.1 Establecéronse os parámetros necesarios para crear ou adaptar un negocio en liña
CA1.2 Definíronse accións de captación de clientela enfocadas ao comercio electrónico
CA1.3 Identifícanse os modelos de negocio convencionais e electrónicos existentes na rede
CA1.4 Deseñouse unha tenda virtual
CA1.5 Planificouse a xestión dos pedidos recibidos e todo o proceso loxístico
CA1.6 Establecéronse os medios de pagamento que se vaian utilizar
CA1.7 Seleccionáronse os sistemas de seguridade que garantan a privacidade e a invulnerabilidade das operacións

#### 4.4.e) Contidos

Contidos
Idea e deseño dunha tenda virtual.
Seguridade nas transaccións electrónicas: cifraxe, sinatura dixital, certificados dixitais e DNI electrónico.
Encriptación.
Negocios electrónicos: tenda en liña, correo electrónico, e-procurement, comercio electrónico, poxa electrónica, etc.
Catálogo de produtos en liña.
Selección e rexistro de dominio.
Modelos de negocio dixital: portais horizontais, B2B, B2C, etc. Características e modelo económico.
Escaparate web. Catálogo electrónico.
Control loxístico das mercadorías vendidas en liña.
A reclamación como instrumento de fidelización da clientela.
Medios de pagamento electrónico.
Períodos de reflexión e cancelacións.

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

Mínimos exigibles

1 Nunha tenda de comercio online o alumno debe ser capaz de:

- Dar de alta, de baixa e configurar artigos
- Tramitar pedidos e pagos de clientes
- Tramitar pedidos e pagos a provedores
- Incorporar os elementos que a lexislación obriga a incluír nunha tenda online

Por cada un dos elementos anteriores realizados correctamente puntuarase con sete décimas de punto

2 Confeccionar una web corporativa con Wordpress, o que se incorporarán

- Banners
- Newsletter
- Elementos de texto
- Imáxenes, vídeos e só (polo menos dous elementos)
- Catálogo de produtos
- Zona de usuarios (con opción de alomenos un muro)

Por cada un dos elementos anteriores realizados correctamente puntuarase con sete décimas de punto

Os 3 puntos restantes distribuiranse nos apartados non incluídos nos mínimos exigibles da programación en función do seu porcentaxe de peso da programación.

Para superar o módulo o alumno debe acadar un mínimo de 5 puntos.

## 6. Procedemento para a recuperación das partes non superadas

### 6.a) Procedemento para definir as actividades de recuperación

Dado que a actividade do módulo xira entorno a aplicación dos conceptos nun proxecto de empresa a realizar polo alumno, no suposto de que algun alumno non alcance os obxetivos previstos obligáraselle a realizar novamente todos ou algúns dos supostos.

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

O alumno que teña a perda de dereito de avaliación continua deberá crear unha tenda de comercio electrónico con Prestashop e una páxina web con Wordpress que conteña alomenos os requisitos mínimos exigibles.

A proba realízase en dúas partes, unha na que confeccionará unha tenda de comercio electrónico e outra na que creará una páxina web. O

tempo máximo de que dispondrá serás de 4 horas para cada unha das partes

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

O alumno realizará un proxecto de empresa no que se aplicarán os elementos desta programación. O proxecto plásmase nunha tenda de comercio electrónico e nunha páxina web. Nelas observarase se o alumno integra ou non os puntos da programación e se esta integración se pode calificar de negativa, se cumpre os requisitos mínimos e a súa avaliación. Para unha completa realización das actividades do módulo e que as actividades do alumno se acerquen o mais posible a realidade da actividade empresarial do comercio electrónico é imprescindible que o alumno abra unha conta de correo en gmail. Para facelo é moi posible que teña que facilitar os servizos de google un número de teléfono de móbil. Se así fose o alumno debe adquirir personalmente un número de móbil ou utilizar o que xa teña. Ademais o centro facilitaralle unha conta de correo do dominio cmcomercio.es. Advertíraselle o alumno que esta segunda conta de correo non ten carácter persoal e que o profesor coñece a clave de acceso. O correo de gmail utilizarse nas prácticas como correo da empresa que o alumno monta, e a segunda, é dicir a do dominio cmcomercio.es, a usará cando nas actividades docentes faga o rol de cliente da súa propia empresa ou das dos compañeiros.

## **8. Medidas de atención á diversidade**

### **8.a) Procedemento para a realización da avaliación inicial**

No momento de confección desta programación xa se realizou a avaliación inicial do grupo. A totalidade dos alumnos cursaron no ano académico anterior o primeiro curso do ciclo. O equipo docente non considerou necesario desenrolar medidas de atención a diversidade nin de reforzo

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

Tal como se indica no punto anterior o equipo docente do grupo non considerou necesario establecer medidas de reforzo educativo. Esta opinión e suscrita polo autor da programación

## **9. Aspectos transversais**

### **9.a) Programación da educación en valores**

O tratarse dun ciclo da familia de marketing e que un dos principais sectores de ocupación futura dos alumnos é o comercio, considerase convinte relacionar as actividades relativas os dereitos do consumidor coa educación en valores

### **9.b) Actividades complementarias e extraescolares**

Contemplanse a posibilidade de realizar visitas a empresas de distribución

## **10. Outros apartados**

### **10.1) Documentos mercantis**

Uso de algúns documentos mercantis básicos:

- Ficha de almacén
- Orde de transferencia
- Cheque

- Pedido
- Presuposto
- Albarán
- Factura ordinaria e simplificada

Trátase de conceptos que aínda que fosen vistos en primeiro, é convinte facer un repaso previo o comenzo das actividades docentes deste módulo.

## 10.2) Actividades online

Os contidos desde módulo son susceptibles de impartirse online.

Con independencia de que no horario do grupo se inclua ou non este módulo entre os a impartir parcialmente online, na realización das actividades de aula usaranse as seguintes ferramentas:

- Moodle
- Xestores de contidos Prestashop e WordPress
- Wiki <http://cmcomercio.es/>
- Ferramentas de márketing online
- Aplicacións de Google.
- Aplicación de videoconferencia proporcionado por la Consellería.

No suposto de que o módulo se inclúa entre os a impartir parcialmente online, as horas de permanencia do alumno na súa casa emplearanse principalmente na realización de aqueles exercicios nos que sexa posible a resolución de dudas mediante videoconferencia.