



**PROGRAMACIÓN MÓDULO
CICLO FORMATIVO DUAL**



Familia Profesional:	FAMILIA PROFESIONAL COMERCIO Y MARKETING							
Ciclo Formativo:	CICLO FORMATIVO GM ACTIVIDADES COMERCIALES							
Normativa que regula el título.	<ul style="list-style-type: none"> - Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico en Actividades Comerciales y se fijan sus enseñanzas mínimas. - Orden 1147/2011, de 29 de julio, por la que se establece el currículo. - Orden de 28 de julio de 2015, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales. (BOJA 16-09-2015) - Orden de 28 de septiembre de 2011, por la que se regulan los módulos profesionales de formación en centros de trabajo y de proyecto para el alumnado matriculado en centros docentes de la Comunidad Autónoma de Andalucía. 							
Módulo Profesional:	COMERCIO ELECTRÓNICO Código MP: 1235							
Número de horas. Especificar en Dual.	<i>Total horas anuales:</i>	105	<i>Total horas en empresa:</i>	xxx	<i>Total horas en Instituto:</i>	xxx	<i>Total horas semanales:</i>	5
Características del Módulo:	Asociado a las Unidades de Competencia: NO						<i>Créditos ECTS:</i>	xx
Centro Docente:	IES GUADALPÍN MARBELLA						<i>Curso Académico:</i>	2019/ 2020
Profesor/a	ESTHER RUIZ DE LEÓN LORIGA							

Índice

- **Consideraciones.**
 - **Medidas a adoptar ante la suspensión de las actividades lectivas semipresenciales (de inicio de curso).**
 - **Contenidos prioritarios.**
- 1.- Introducción**
 - 1.1.- Identificación y datos básicos del MP
 - 1.2.- Características del Centro
 - 1.3.- Características del Grupo
 - 1.4.- Características del Entorno Productivo
 - 1.5.- Características de la FP Dual
 - 2.- Competencias y Objetivos Generales**
 - 2.1.- Competencias Profesionales, Personales y Sociales
 - 2.2.- Objetivos Generales
 - 2.3.- Relación entre Competencias y Objetivos Generales
 - 3.- Resultados de Aprendizaje**
 - 4.- Criterios de Evaluación**
 - 5.- Contenidos Básicos**
 - 6.- Unidades de Aprendizaje**
 - 6.1.- Organización y Secuenciación de Unidades de Aprendizaje
 - 6.2.- Temporalización de Unidades de Aprendizaje
 - 6.3.- Asociación Criterios de Evaluación
 - 6.4.- Instrumentos de Evaluación
 - 6.5.- Ponderación Instrumentos de Evaluación
 - 7.- Metodología**
 - 7.1.- Principios metodológicos
 - 7.2.- Estrategias metodológicas
 - 7.2.1.- Metodología didáctica
 - 7.2.2.- Metodología orientada a la mejora lingüística
 - 7.2.3.- Metodología orientada al aprendizaje cooperativo y educación inclusiva
 - 7.2.4.- Metodología orientada a los alumnos con necesidades especiales
 - 7.2.5.- Metodología orientada a la interrelación entre los distintos módulos
 - 7.2.6.- Metodología orientada a la aumentar la atención del alumnado
 - 7.2.6.- Metodología orientada a la aumentar la atención del alumnado
 - 7.2.6.- Metodología orientada a la aumentar la atención del alumnado
 - 7.2.7.- Educación en Valores
 - 8.- Evaluación y Recuperación**
 - 8.1.- Principios de Evaluación
 - 8.2.- Evaluación Inicial
 - 8.3.- Medidas de Evaluación y de Recuperación
 - 8.4.- Medidas de Evaluación y de Recuperación Alumnos Duales
 - 8.5.- Convocatoria Ordinaria
 - 8.6.- Criterios de Calificación
 - 9.- Atención a la diversidad**
 - 9.1. Adaptaciones en el aula
 - 9.2. Actividades de refuerzo
 - 9.3. Actividades de ampliación
 - 10.- Materiales y Recursos Didácticos**
 - 11.- Programación de Aula. Relación secuenciada de las Unidades de Aprendizaje**
 - 12.- Programación Alumnos Formación Dual**
 - 13.- Anexo y Rúbricas**

CONSIDERACIONES:

Ante la situación actual, esta programación responderá en su metodología, contenidos, resultados de aprendizaje y evaluación a los tres posibles escenarios que puedan surgir a lo largo del curso académico 2020/21:

- **Docencia sincrónica (presencial y telemática).** Consiste en la impartición, de manera simultánea de cada una de las asignaturas o módulos profesionales, teniendo en cuenta que una parte del alumnado se encuentra en el aula del centro y el resto, previa autorización de las familias en el caso que el alumnado sea menor de edad, conectado desde su domicilio al mismo tiempo.
- **Docencia telemática (en caso de confinamiento)**
- **Docencia presencial.**

Este curso lo iniciamos partiendo de la primera situación (síncrona), si las conexiones de los alumnos y del centro permiten este tipo de docencia será la que se utilizará por el ciclo, en caso de que existan problemas para este tipo de docencia, cambiaríamos a docencia en modalidad semipresencial con asistencia parcial del grupo en los tramos horarios presenciales.

La docencia de este módulo se sustenta en **Moodle centros**, donde el alumno encontrará toda la información necesaria para el seguimiento del módulo, ya que esta plataforma nos ayudará a impartir la enseñanza en los tres posibles escenarios nombrados anteriormente. Se evitará el uso de papel, siempre que se pueda, para evitar que el alumnado lo comparta. Al comienzo del curso se realizará una evaluación **diagnóstica** del curso sobre la competencia digital del alumnado, respecto a sus recursos, como al conocimiento de uso de la plataforma moodle y se realizarán las actuaciones para mejorarla con carácter urgente y práctico, para estar preparados en caso de tener que pasar a enseñanza telemática. Estas actuaciones se desarrollarán a nivel del centro sin perjuicio de otras que el profesorado tenga posibilidad de realizar para mejorar la competencia digital de su alumnado en el desarrollo de las programaciones de las distintas áreas y materias.

Además de detectar las posibles dificultades de aprendizaje y problemas emocionales del alumnado, pondremos especial atención al cuidado de la salud física y mental, y se incluirá la impartición explícita de contenidos relativos a las medidas preventivas, dentro y fuera del centro escolar, para evitar un posible contagio, conforme al protocolo Covid19 del Centro.

También se intentarán detectar posibles casos de alumnos que no puedan tener el material necesario para su seguridad y la de todos (mascarillas, gel hidro alcohólico, etc)

Asimismo, se estimularán en el alumnado el control sobre el propio proceso de aprendizaje, las técnicas de estudio más eficaces y la organización, planificación, ejecución y presentación de las tareas, utilizando la plataforma Moodle Centros.

MEDIDAS A ADOPTAR ANTE LA SUSPENSIÓN DE LAS ACTIVIDADES LECTIVAS SEMIPRESENCIALES (DE INICIO DE CURSO)

En caso de suspensión de las actividades presenciales, el contacto con los alumnos, tanto a través de la plataforma Moodle, como por correo electrónico o grupos de whatsapp será inmediato. Y continuaremos con la enseñanza telemática, escenario que contempla esta programación.

HORARIO DE CLASES TELEMÁTICAS: En caso de confinamiento, el horario de clases telemáticas será reducido a la mitad, comenzando a las 9:30 y siendo de media hora cada una de las clases. El orden es el mismo del horario habitual. Tendrán media hora de descanso. Además, los alumnos podrán realizar otro tipo de actividades fuera del horario de clases telemáticas para complementar el resto del horario lectivo.

CONTENIDO: Salvo contraindicación expresa por parte de la administración en caso de confinamiento, se avanzará en el cumplimiento de las programaciones, priorizando el contenido que se especifica en el apartado siguiente. El resto del contenido correspondiente a la programación de este curso si no se pudiera impartir en su temporalización normal, se impartirá en los últimos meses de clase, siempre y cuando el material prioritario haya sido trabajado y dominado por todos los alumnos.

CONTENIDOS PRIORITARIOS

Los **contenidos PRIORITARIOS** están en **negrita** y los **NO PRIORITARIOS** están en **color gris** en el **apartado 5** de esta programación, donde dice, contenidos básicos asociados a los RA y CE. Los contenidos que he considerado como no prioritarios, son aquellos que se imparten en otros módulos, en concreto, en Marketing, Técnicas de almacén en primer curso, y en Venta Técnica en segundo curso.

1.- INTRODUCCIÓN

En primer lugar, es importante señalar que esta programación no es un documento aislado e inconexo, al contrario. Haciendo referencia a los niveles de concreción curricular, en un primer nivel de concreción curricular se situarían las normas estatales y autonómicas que fijan objetivos, dotan de contenido y definen los marcos de actuación de nuestras enseñanzas en el sistema educativo en general y en la formación profesional en particular.

Un segundo nivel de concreción curricular es la adaptación de las normas a las que nos referimos en el primer nivel a nuestro centro mediante el Proyecto Educativo de Centro, teniendo en cuenta tres dimensiones: ideológica (finalidades educativas), organizativa (mediante el Reglamento de Organización y Funcionamiento), y pedagógica (mediante el Plan Anual).

Por último, el tercer nivel de concreción curricular, lo encontramos ya en la programación didáctica.

El Módulo Profesional de “Comercio Electrónico” es un módulo que se encuadra en la adquisición de las competencias que se desarrollan en el perfil profesional definido en el título de Técnico en

Actividades comerciales. Este módulo profesional debe despertar en el alumno la “curiosidad por el Marketing Digital” que influye en las decisiones del consumidor y más concretamente en las suyas propias”. En primer lugar y desde una perspectiva individual, ya que todos a lo largo de nuestra vida tenemos que tomar decisiones inmersas en cuestiones de consumo a cualquier nivel, se facilitarán los conocimientos necesarios para que se desenvuelvan con madurez y responsabilidad en el ámbito que les rodea, proporcionando los medios necesarios para comprender, analizar y reflexionar de forma crítica sobre el Marketing digital actual y el consumismo a través de la observación y la investigación, fomentando actitudes de tolerancia, solidaridad y sensibilización y, en segundo lugar, desde una perspectiva profesional ya que es para lo que se están formando, en este sentido el módulo de Comercio Electrónico, es un módulo con el que se pretende, de forma sencilla y práctica, proporcionar al alumnado conocimientos básicos para la adquisición de habilidades necesarias, que le permitan desempeñar funciones de apoyo y colaboración en la aplicación y seguimiento de las actividades de marketing digital, así como conocer y manejar las herramientas necesarias para la realización de dichas funciones y poder crear un comercio on line.

Esta **programación** ante todo pretende ser práctica, eficaz y realizable pero también **flexible**. Está basada en la experiencia adquirida a lo largo de los años y en la innovación educativa que aprendo cada curso. Utilizo instrumentos de evaluación de forma dinámica y divertida para que los alumnos consigan alcanzar los resultados de aprendizaje.

Contenidos interdisciplinares

Dado que en el ciclo hay materias con las que el módulo de Comercio Electrónico está muy relacionado con otros módulos, tales como, Marketing, Procesos de Venta, Gestión de un Pequeño Comercio, Venta Técnica, Procesos de Compra y Servicio de Atención Comercial y, considero necesaria la coordinación con el resto de profesores del para dar un enfoque interdisciplinar que evite la duplicidad de contenidos y que facilite la comprensión del alumno mediante procesos de aprendizajes significativo. Ello implica contemplar en la Programación Didáctica, actividades variadas y motivadoras, recursos novedosos y atractivos puesto que es una materia completamente nueva para el alumnado. Al tratarse de un módulo dual, se ha tenido en cuenta en la elaboración de esta programación, por lo que el resultado de aprendizaje 1, se desarrolla de tal manera que el alumno que se incorpore a la empresa tenga unos conocimientos generales que se desarrollan en los RA posteriores en los que el alumno está en la empresa. De esta manera, el alumno ya está familiarizado con todos los conceptos en los que profundizará en la empresa.

Unidades de Competencia

Según establece Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio, por el que se establece el Técnico en Actividades Comerciales y se fijan sus enseñanzas mínimas, las unidades de competencia asociadas a este Módulo Profesional son:

1. Cualificación profesional completa:

a) Actividades de Venta:

- COM085_2 (Real Decreto 295/2004, de 20 de febrero) que comprende las siguientes unidades de competencia:
- UC0239_2: Realizar la venta de productos y/o servicios a través de los diferentes canales de comercialización.
- UC0240_2: Realizar las operaciones auxiliares a la venta.
- UC0241_2: Ejecutar las acciones del Servicio de Atención al Cliente/Consumidor /Usuario.

2. Cualificaciones profesionales incompletas:

a) Actividades de gestión del pequeño comercio.

- COM631_2 (Real Decreto 889/2011, de 24 de junio):
- UC2104_2: Impulsar y gestionar un pequeño comercio de calidad.
- UC2105_2: Organizar y animar el punto de venta de un pequeño comercio.
- UC2106_2: Garantizar la capacidad de respuesta y abastecimiento del pequeño comercio.

b) Organización y gestión de almacenes

- COM318_3 (Real Decreto 109/2008, de 1 de febrero):
- UC1015_2: Gestionar y coordinar las operaciones del almacén.
- Gestión comercial inmobiliaria
- COM650_3 (Real Decreto 1550/2011, de 31 de octubre):
- UC0811_2: Realizar la venta y difusión de productos inmobiliarios a través de distintos canales de comercialización.

La referencia final de nuestra programación didáctica ha de ser por lo tanto la adquisición de estas dos unidades de competencia, puesto que cada una de ellas supone el agregado mínimo de competencias profesionales, susceptible de reconocimiento y acreditación.

Además estas unidades de competencia, nos servirán de orientación para la organización y secuenciación de las Unidades de Aprendizaje.

Funciones y Actividades Asociadas.

Este módulo contiene la formación necesaria para el desempeño de actividades relacionadas con la venta de productos/servicios a través de Internet.

La función de ventas por Internet incluye aspectos como:

- La colaboración en la aplicación del plan de marketing digital.
- La realización de acciones encaminadas a la venta por Internet.
- El mantenimiento de la página web de la empresa.
- La actualización en tiempo real del catálogo online de productos.
- La gestión de la tienda virtual.
- La utilización de redes sociales para potenciar las ventas.
- La inclusión de la empresa en entornos de ventas Web 2.0.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- La realización de ventas online.
- La confección de escaparates virtuales.
- En la programación de carritos de la compra online.
- La inclusión de nuestro comercio en redes sociales empresariales.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales k), l), q), r), s) y t) del ciclo formativo, y las competencias g), m), n), ñ), o), p) y q) del título.

Líneas de actuación en el proceso de Enseñanza-Aprendizaje.

Además, en las orientaciones pedagógicas de este Módulo Profesional que aparecen recogidas en la Orden antes citada, se nos indica que las líneas de actuación en el proceso de enseñanza-aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo versarán sobre:

- Aplicación de técnicas de marketing digital.

– Gestión del catálogo digital de artículos y/o servicios.

Estas líneas de actuación nos servirán para planificar las tareas y actividades a realizar en cada Unidad de Aprendizaje.

1.1.- IDENTIFICACIÓN Y DATOS BÁSICOS DEL MÓDULO PROFESIONAL

Toda la información básica del Módulo Profesional (MP) de “Dinamización del Punto de Venta” (horas semanales y anuales, tipo de módulo, etc.) se encuentra recogida en la siguiente tabla:

Descripción	
Código	1235
Módulo Profesional	Comercio Electrónico
Familia Profesional	Comercio y Marketing
Título	Actividades Comerciales
Grado	Grado Medio
Curso	Segundo Curso
Horas	105 horas anuales
Horas Semanales	5 horas semanales
Asociado a UC:	No
Transversal	No
Soporte	No
Este Módulo Profesional aporta las herramientas necesarias para desempeñar las actividades de diseño de catálogos digitales en comercios digitales.	

1.2.- CARACTERÍSTICAS DEL CENTRO.

Se entiende por contexto el entorno social, histórico y geográfico en el que se realiza la labor docente. Si, obviamente, todos los entornos no son iguales, contextualizar sería, entonces, adaptar el proceso de enseñanza-aprendizaje a las diferentes coyunturas geográficas, históricas y sociales.

Resultan evidentes las diferencias existentes entre el sur y el norte; entre lo rural y lo urbano o entre una población de aluvión y otra de largo arraigo. Así mismo hay diferencias en las trayectorias y las características de los centros educativos: por la estabilidad de los claustros, por la andadura pedagógica... Estas diferencias producirán una serie de consecuencias que irán desde las características del alumnado, sus intereses, motivaciones y ritmos de aprendizajes a los recursos disponibles: naturales, patrimoniales, culturales, etc.

Para programar este módulo se ha tenido en cuenta el entorno económico-social y las posibilidades de desarrollo de este.

El Centro se encuentra ubicado en Marbella en una zona urbanizada, de entorno urbano medio-alto, sin equipamientos culturales cercanos, tan sólo el Palacio de Ferias y Congresos, de escasa utilización pública. El alumnado de la ESO proviene de dos pueblos del interior (Istán y Ojén), de nivel docente medio-bajo, y de Centros de Primaria de la localidad, de nivel medio, siendo éste más alto en los provenientes del C.E.I.P. Valdeolletas. El alumnado de la post-obligatoria es de toda la ciudad, e incluso de toda la provincia y de otras provincias limítrofes, como es el caso de los Ciclos Formativos de formación profesional.

El alumnado se encuentra en unos entornos familiares mixtos: clases populares en los residentes en los pueblos citados y en los barrios del NE del casco urbano, y clases medias en los residentes en la zona W y en las urbanizaciones. La peculiar conformación sociológica de Marbella y el diferencial existente entre status social y nivel cultural no debe predisponer a ninguna conclusión simplista: no se produce una relación directa (que sí pueda darse en otras ciudades) entre la "calidad" física del domicilio y la disposición hacia la cultura y el estudio. Entre los primeros, el nivel de instrucción de la población adulta es medio-bajo. Entre los segundos, el nivel es medio / alto, con las excepciones que se deducen del argumento anterior. Asimismo, también destaca la existencia de abundantes alumnos/as extranjeros, tanto comunitarios (ingleses, franceses, etc.) como extracomunitarios (marroquíes, eslavos, sudamericanos, etc.).

Por otra parte, el centro participa en numerosos Proyectos Educativos que potencian estas dinámicas de cohesión, enriquecimiento mutuo e integración (Escuelas de Paz, Centro TIC, Atención a la Diversidad, Plan de Igualdad, Proyectos de Innovación Educativa...) y Proyectos Europeos como Comenius 1.1, Ayudantías Lingüísticas (Comenius 2.2) y Proyecto Leonardo por el que alumnado de FP que realiza el módulo de FCT en el extranjero.

1.3.- CARACTERÍSTICAS DEL GRUPO.

El grupo está formado por 19 alumnos., de los cuales 11 son alumnos duales. A la fecha de elaboración de esta programación se está llevando a cabo la formación semipresencial sincrónica, y tanto los alumnos online como los presenciales están asistiendo con normalidad a las clases. Sin que se hayan detectado problemas por esta circunstancia excepcional.

1.4.- CARACTERÍSTICAS DEL ENTORNO PRODUCTIVO

El entorno socioeconómico cuenta con suficientes recursos empresariales tanto de empresas comerciales y de logística.

Cabe destacar la mejora y desarrollo del entorno productivo que se ha producido en los últimos años, dando lugar a una mejora de la difusión de las competencias de los titulados en Actividades Comerciales entre las empresas del sector. Así, el 95% del alumnado de las tres promociones anteriores están trabajando en empresas del sector. Esta presencia de Técnicos en Actividades Comerciales ha contribuido no solo a mejorar la visibilidad de nuestros titulados sino a contar con personas de confianza en empresas clave del sector.

Entre otras podemos destacar las siguientes empresas:

- Grandes Almacenes FNAC
- Leroy Merlin
- Mango Man y Mango Woman
- Sprinter
- JD Sport
- Cortefiel
- Pedro del Hierro
- Grupo Inditex: Zara, Pull & Bear, Oysho, etc.

- *Woman Secret,*

Estas empresas son referencia para el alumnado a la hora de comprender la actividad propia del sector, además de ser utilizadas para la formación de los alumnos en la modalidad Dual; para la realización de trabajos prácticos individuales y grupales en el contexto de la adquisición de las competencias en un entorno lo más próximo posible a la realidad y para la realización de la FCT.

1.5.- CARACTERÍSTICAS DE LA FP DUAL

Uno de los pilares fundamentales, en la consecución de los objetivos marcados por la comisión europea relativos a aumentar la participación de la industria como porcentaje del PIB desde el 16% hasta un 20% en 2020, incrementar el comercio de bienes desde el 21% hasta el 25% en 2020 y lograr que en 2020 el 25% de las PYME exporten fuera del Mercado Único, es el papel crucial del capital humano y dentro de éste el reto actual es la creación de empleo, la inversión en capacidades y formación para acompañar los cambios estructurales y la anticipación de las necesidades en empleo y en capacidades y gestión de la reestructuración de las empresas. Como así aparece en la Estrategia industrial de Andalucía de 2020.

La FP dual consigue anticiparse a las necesidades de las empresas haciendo que nuestros alumnos tengan la formación adecuada y al finalizar la inserción laboral es muy elevada llegando incluso al 90% y no es más alta ya que algunos alumnos deciden continuar estudios de grado superior.

Marbella cuenta con más de 4.000 establecimientos comerciales, ubicados en todo el Municipio y en cuatro centros comerciales:

La Cañada es el más famoso de todos, ubicado justo a la entrada de Marbella.

A lo largo del paseo marítimo se encuentra el centro comercial Plaza del Mar.

En Puerto Banús se sitúa Marina Banús y El Corte Inglés.

Nuestro ciclo colabora desde hace tiempo con muchos de estos establecimientos, en especial los ubicados en el centro comercial "La Cañada". Consideramos que la FP dual ayuda al alumno a su formación y a su inserción en el mercado laboral como lo estamos viendo durante estos tres años en los que llevamos a cabo el proyecto.

Un punto clave a tener en cuenta es que dadas las características de la zona, el inglés comercial es muy importante en el desarrollo de la actividad, este hecho hace que insistamos mucho al alumnado de lo esencial de este módulo y lo recojamos en este proyecto de manera especial respecto a los criterios de selección y asignación de alumnos a empresas.

Calendario Formación en la empresa de los alumnos 2º FP dual

Curso	Días de la semana en la empresa	Periodo Desde-Hasta	Horas Desde-Hasta	Nº de jornadas totales	Nº de horas totales
2º F.P.I.G.M. (Actividades Comerciales)	Miércoles	4/11/2020 al 12/03/2021	9:00h a 15:00h	15	90
2º F.P.I.G.M. (Actividades Comerciales)	Jueves y viernes	04/11/2019 al 12/03/2021	16:00h a 22:00h	32	192

Los alumnos de segundo curso realizarán su formación en la empresa en 2 tardes (jueves y viernes) y 1 mañana (miércoles), en un horario comprendido entre las 7.00 y las 22.00 horas, (proponiendo a las empresas el horario descrito en la tabla anterior), realizando jornadas de 6 horas/día. En el caso de que algún alumno, por trabajo u otro motivo justificado, no pueda realizar la formación en horario de tarde, realizará únicamente jornadas de mañana. Los alumnos no podrán realizar bajo ningún concepto jornadas superiores a 8 horas.

2.- COMPETENCIAS Y OBJETIVOS GENERALES.

Esta Programación Didáctica está basada en competencias. Dado que las competencias pertenecen al ámbito profesional y no al ámbito educativo, necesitamos identificar el elemento curricular básico al que se asocia una competencia en el ámbito educativo. Este elemento curricular es el Objetivo General.

Por esta razón necesitamos identificar la asociación existente entre Competencias (profesionales, personales y sociales) y los Objetivos Generales (OG) como forma de alcanzar la cualificación profesional definida en la normativa.

2.1.- COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES.

Las competencias están íntimamente relacionadas con la Cualificación Profesional puesto que forman parte de ella. Así, podemos entender la Cualificación Profesional como el conjunto de competencias profesionales (conocimientos y capacidades) que permiten dar respuesta a ocupaciones y puestos de trabajo con valor en mercado laboral, y que pueden adquirirse a través de formación o por experiencia laboral.

Las Competencias Profesionales, Personales y Sociales (CPPS) describen el conjunto de capacidades y conocimientos que permiten responder a los requerimientos del sector productivo, aumentar la empleabilidad y favorecer la cohesión social. Para nuestro módulo la normativa nos indica que de todas las competencias del Título, las que han de ser alcanzadas a través de este módulo son: **g), m), n), ñ), o), p) y q)** del título.

2.2.- OBJETIVOS GENERALES ASOCIADOS AL MÓDULO

Constituyen los logros que se espera sean alcanzados por el alumnado y expresados en forma de competencias contextualizadas. En concreto, para nuestro módulo la normativa nos indica que de todos los Objetivos Generales del Título, los que han de ser alcanzados a través de este módulo son: **k), l), q), r), s) y t)**

Puesto que nuestra Programación Didáctica se refiere al ámbito educativo y no podemos entrar en el perfil competencial que viene dado por el perfil profesional, y teniendo en cuenta que cada Objetivo General se compone de una competencia más un fin, nos centraremos en la consecución de los Objetivos Generales, y es por eso que los desarrollamos aquí en función de si están relacionados con las Competencias Profesionales, Personales o Sociales:

OBJETIVOS GENERALES ASOCIADOS A COMPETENCIAS PROFESIONALES

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

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

OBJETIVOS GENERALES ASOCIADOS A COMPETENCIAS PERSONALES

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

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

s) Adoptar y valorar soluciones creativas ante problemas y contingencias que se presentan en el desarrollo de los procesos de trabajo, para resolver de forma responsable las incidencias de su actividad.

t) Aplicar técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a su finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia del proceso.

OBJETIVOS GENERALES ASOCIADOS A COMPETENCIAS SOCIALES

u) Analizar los riesgos ambientales y laborales asociados a la actividad profesional, relacionándolos con las causas que los producen, a fin de fundamentar las medidas preventivas que se van adoptar, y aplicar los protocolos correspondientes para evitar daños en uno mismo, en las demás personas, en el entorno y en el medio ambiente.

v) Analizar y aplicar las técnicas necesarias para dar respuesta a la accesibilidad universal y al “diseño para todos”.

w) Aplicar y analizar las técnicas necesarias para mejorar los procedimientos de calidad del trabajo en el proceso de aprendizaje y del sector productivo de referencia.

2.3.- RELACIÓN ENTRE COMPETENCIAS Y OBJETIVOS GENERALES.

A pesar de centrarnos en la consecución de los Objetivos Generales, como hemos indicado anteriormente, cada Objetivo General es el traslado al ámbito educativo de una competencia. Podríamos decir que cada competencia del ámbito profesional da lugar a un objetivo, por lo tanto hay que encontrar la asociación entre competencia y objetivo para poder establecer una correcta programación por competencias. Esta relación para el Módulo Profesional de Comercio Electrónico se recoge de forma resumida en esta tabla:

Competencias		Objetivos Generales
Profesionales	g	K,I
Personales	m	q
	n	r
	ñ	s
Sociales	o	t
	P	u
	q	v,w

De forma desarrollada, la asociación anterior se recoge en la siguiente tabla:

COMPETENCIAS	OBJETIVOS GENERALES
<p>g) Realizar acciones de comercio electrónico, manteniendo la página web de la empresa y los sistemas sociales de comunicación a través de Internet, para cumplir con los objetivos de comercio electrónico de la empresa definidos en el plan de marketing digital.</p>	<p>k) Seleccionar datos e introducirlos en la página web de la empresa, realizando su mantenimiento y buscando un buen posicionamiento, la facilidad de uso y la máxima persuasión para realizar acciones de comercio electrónico.</p> <p>l) Fomentar las interrelaciones con otros usuarios de la red, utilizando estrategias de marketing digital en las redes sociales, para realizar acciones de comercio electrónico</p>
<p>m) Adaptarse a las nuevas situaciones laborales originadas por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos, actualizando sus conocimientos, utilizando los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación.</p>	<p>q) Analizar y utilizar los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación para aprender y actualizar sus conocimientos, reconociendo las posibilidades de mejora profesional y personal, para adaptarse a diferentes situaciones profesionales y laborales.</p>
<p>n) Actuar con responsabilidad y autonomía en el ámbito de su competencia, organizando y desarrollando el trabajo asignado, cooperando o trabajando en equipo con otros profesionales en el entorno de trabajo.</p>	<p>r) Desarrollar trabajos en equipo y valorar su organización, participando con tolerancia y respeto, y tomar decisiones colectivas o individuales para actuar con responsabilidad y autonomía.</p>
<p>ñ) Resolver de forma responsable las incidencias relativas a su actividad, identificando las causas que las provocan, dentro del ámbito de su competencia y autonomía.</p>	<p>s) Adoptar y valorar soluciones creativas ante problemas y contingencias que se presentan en el desarrollo de los procesos de trabajo, para resolver de forma responsable las incidencias de su actividad.</p>
<p>o) Comunicarse eficazmente, respetando la autonomía y competencia de las distintas personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.</p>	<p>t) Aplicar técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a su finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia del proceso.</p>
<p>p) Aplicar los protocolos y las medidas preventivas de riesgos laborales y protección ambiental durante el proceso productivo, para evitar daños en las personas y en el entorno laboral y ambiental.</p>	<p>u) Analizar los riesgos ambientales y laborales asociados a la actividad profesional, relacionándolos con las causas que los producen, a fin de fundamentar las medidas preventivas que se van adoptar, y aplicar los protocolos correspondientes para evitar daños en uno mismo, en las demás personas, en el entorno y en el medio ambiente</p>

q) Aplicar procedimientos de calidad, de accesibilidad universal y de “diseño para todos” en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.	v) Analizar y aplicar las técnicas necesarias para dar respuesta a la accesibilidad universal y al “diseño para todos”.
	w) Aplicar y analizar las técnicas necesarias para mejorar los procedimientos de calidad del trabajo en el proceso de aprendizaje y del sector productivo de referencia.

3.- RESULTADOS DE APRENDIZAJE.

Los Resultados de Aprendizaje (RA) son un conjunto de competencias contextualizadas en el ámbito educativo y que supone la concreción de los Objetivos Generales identificados para un Módulo Profesional concreto.

Como los Resultados de Aprendizaje están redactados en términos de una habilidad o destreza unida al objeto sobre el que se ha de desempeñar esa habilidad o destreza (el ámbito competencial), más una serie de acciones en el contexto del aprendizaje (el ámbito educativo). Para nuestro Módulo Profesional, la normativa determina que son 5 los resultados de aprendizaje que tendrá que alcanzar el alumnado:

	<i>Ámbito Competencial</i>		<i>Ámbito Educativo</i>
<i>RA</i>	<i>Logro</i>	<i>Objeto</i>	<i>Acciones en el contexto aprendizaje</i>
RA1.	Aplica	las directrices del plan de marketing digital de la empresa,	participando en su ejecución y sostenimiento.
RA2.	Realiza	las acciones necesarias para efectuar ventas online,	aplicando las políticas de comercio electrónico definidas por la empresa.
RA3.	Realiza	el mantenimiento de la página web corporativa, la tienda electrónica y el catálogo online,	utilizando aplicaciones informáticas y lenguajes específicos.
RA4.	Establece	foros de comunicación entre usuarios,	utilizando las redes sociales de ámbito empresarial.
RA5.	Utiliza	entornos de trabajo dirigidos al usuario final (Web 2.0),	integrando herramientas informáticas y recursos de Internet.

De esta forma, tendremos claro que son 5 **logros** los que ha de alcanzar el alumnado, y cada uno de estos logros habrá de alcanzarlo sobre un **objeto** profesional determinado. Esto es lo que constituye el ámbito competencial de nuestro módulo. Para poder alcanzar los logros establecidos, tendremos que llevar a cabo una serie de **acciones en el contexto del aprendizaje**.

Este conjunto de Resultados de Aprendizaje, constituyen el eje vertebral de nuestra programación. Cada RA tiene el mismo peso en la nota final del alumnado:

<i>RA</i>	<i>%</i>
<i>RA1: Aplica las directrices del plan de marketing digital de la empresa, participando en su ejecución y sostenimiento.</i>	20
<i>RA2. Realiza las acciones necesarias para efectuar ventas online, aplicando las políticas de comercio electrónico definidas por la empresa.</i>	20
<i>RA3: Realiza el mantenimiento de la página web corporativa, la tienda electrónica y el catálogo online, utilizando aplicaciones informáticas y lenguajes específicos.</i>	20
<i>RA4: Establece foros de comunicación entre usuarios, utilizando las redes sociales de ámbito empresarial..</i>	20

RA5: Utiliza entornos de trabajo dirigidos al usuario final (Web 2.0), integrando herramientas informáticas y recursos de Internet.	20
--	----

Partiendo de los Resultados de Aprendizaje, el siguiente paso para elaborar nuestra programación será analizar los criterios de evaluación que nos propone la normativa.

4.- CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE.

Los Criterios de Evaluación (CE) constituyen el elemento curricular más importante para establecer el proceso de enseñanza-aprendizaje que permita alcanzar los Objetivos Generales establecidos para este módulo profesional, y por lo tanto de las competencias a las que están asociados.

Los Criterios de Evaluación tienen cuatro funciones fundamentales:

- 1. Competencial:**
Suponen un nivel adicional de concreción de la competencia que recoge el Resultado de Aprendizaje.
- 2. Secuencial:**
Constituyen un guion o índice del proceso productivo o de servicio que hay implícito en el Resultado de Aprendizaje, y por lo tanto en la competencia que desarrolla.
- 3. Evaluadora:**
Especifica los requerimientos mínimos, el nivel aceptable de los mínimos en el contexto en el que van a ser evaluados, así como una orientación sobre el instrumento de evaluación más adecuado a utilizar.
- 4. Referencial:**
Suponen una referencia para determinar los elementos del Saber, Saber Hacer y Saber Estar que permitirán establecer el adecuado proceso de enseñanza-aprendizaje.

Partiendo del conocimiento de estas funciones, analizaremos los Criterios de Evaluación que nos indica la normativa para cada Resultado de aprendizaje:

RA1: Aplica las directrices del plan de marketing digital de la empresa, participando en su ejecución y sostenimiento.
<i>a) Se han examinado las características generales y particulares de un plan de marketing digital capaz de alcanzar los objetivos comerciales de la empresa.</i>
<i>b) Se han ejecutado los procesos de posicionamiento y marketing online.</i>
<i>c) Se han ejecutado los procesos de publicidad y promoción online ajustados a la normativa legal existente.</i>
<i>d) Se han identificado los elementos que configuran el marketing de buscadores.</i>
<i>e) Se han evaluado los desafíos del marketing electrónico: la confianza en los medios de pago, los problemas logísticos y la seguridad.</i>
<i>f) Se han gestionado electrónicamente las relaciones con los clientes, definiendo el programa de fidelización y las herramientas que se van a utilizar.</i>
<i>g) Se han reconocido las nuevas tendencias de comunicación y relación con el cliente en el marketing digital.</i>

RA2: Realiza las acciones necesarias para efectuar ventas online, aplicando las políticas de comercio electrónico definidas por la empresa.

a) Se han establecido los parámetros necesarios para crear o adaptar un negocio online.

b) Se han definido acciones de captación de clientes enfocadas al comercio electrónico.

c) Se han identificado los modelos de negocio convencionales y electrónicos existentes en la red.

d) Se ha diseñado una tienda virtual.

e) Se ha planificado la gestión de los pedidos recibidos y todo el proceso logístico.

f) Se han establecido los medios de pago que se van a utilizar.

g) Se han seleccionado los sistemas de seguridad que garanticen la privacidad e invulnerabilidad de las operaciones.

RA3: Realiza el mantenimiento de la página web corporativa, la tienda electrónica y el catálogo online, utilizando aplicaciones informáticas y lenguajes específicos

a) Se han redactado sentencias en lenguaje de etiquetas de hipertexto (HTML). b) Se han utilizado programas comerciales para crear los cheros que componen las páginas web.

c) Se ha registrado la dirección de páginas web con dominio propio o con alojamiento gratuito.

d) Se han enviado los cheros web creados al servidor de Internet mediante programas especializados en esta tarea.

e) Se han utilizado programas específicos de inclusión de textos, imágenes y sonido.

f) Se ha construido una página web eficiente para el comercio electrónico.

g) Se han incluido en la web enlaces de interés capaces de generar tráfico orientado e interesado en lo que se ofrece.

RA4: Establece foros de comunicación entre usuarios, utilizando las redes sociales de ámbito empresarial.

a) Se han utilizado programas web para mantener cibercharlas de texto.

b) Se han manejado aplicaciones de mensajería instantánea.

c) Se han aplicado sistemas de comunicación oral que utilizan solo sonido o sonido e imagen.

d) Se han propuesto temas de contenido profesional a través de blogs temáticos.

e) Se han establecido contactos sobre temas concretos a través de blogs temáticos de contenido profesional.

f) Se han efectuado comunicaciones, publicidad y ventas con otros usuarios de la red a través de redes sociales.

g) Se han generado contenidos audiovisuales y fotográficos de la actividad, productos y procesos comerciales.

RA5: Utiliza entornos de trabajo dirigidos al usuario final (Web 2.0), integrando herramientas informáticas y recursos de Internet.
<i>a) Se han de nido los modelos y funcionalidades Web 2.0. existentes en la red.</i>
<i>b) Se han utilizado los recursos gratuitos y libres incluidos en los sitios Web 2.0.</i>
<i>c) Se han aplicado los resultados obtenidos en el entorno Web 2.0 mediante la información (feedback) proporcionada por los usuarios.</i>
<i>d) Se han realizado las tareas necesarias para que la empresa esté presente, además de en su propio sitio web, en buscadores, redes sociales, blogs y chats y foros, entre otros.</i>
<i>e) Se han seleccionado las acciones necesarias para integrar el comercio electrónico con funcionalidades propias de la Web 2.0.</i>

5.- CONTENIDOS BÁSICOS.

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.

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 el Módulo Profesional de Comercio electrónico, estos Contenidos Básicos y su asociación con los otros elementos curriculares son:

Resultados de Aprendizaje y Criterios de Evaluación	Contenidos Básicos asociados
RA1. Aplica las directrices del plan de marketing digital de la empresa, participando en su ejecución y sostenimiento.	APLICACIÓN DE LAS DIRECTRICES DEL PLAN DE MARKETING DIGITAL:
<p>a) Se han examinado las características generales y particulares de un plan de marketing digital capaz de alcanzar los objetivos comerciales de la empresa.</p> <p>b) Se han ejecutado los procesos de posicionamiento y marketing online.</p> <p>c) Se han ejecutado los procesos de publicidad y promoción online ajustados a la normativa legal existente.</p> <p>d) Se han identificado los elementos que configuran el marketing de buscadores.</p> <p>e) Se han evaluado los desafíos del marketing electrónico: la confianza en los medios de pago, los problemas logísticos y la seguridad.</p> <p>f) Se han gestionado electrónicamente las relaciones con los clientes, definiendo el</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Plan de marketing digital. - Alta en buscadores y en directorios especializados. - Características específicas del cliente online. - Boletines electrónicos enviados con email marketing. - Diseño de blogs corporativos: modalidades. - Marketing en buscadores: SEM, SEO y campañas en páginas afines. - Normativa sobre comunicaciones electrónicas y privacidad. - Pagos con dinero electrónico y pagos en línea. Marketing de afiliación. - Marketing relacional y la gestión de la relación con los clientes (CRM). - Cross marketing.

<p>programa de fidelización y las herramientas que se van a utilizar.</p> <p>g) Se han reconocido las nuevas tendencias de comunicación y relación con el cliente en el marketing digital.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Marketing viral. - Marketing one-to-one. - Aplicaciones del mobile marketing y TDT, entre otros. - Internet TV, videoblogs y web TV, entre otros.
--	--

Resultados de Aprendizaje y Criterios de Evaluación	Contenidos Básicos asociados
<p>RA2. Realiza las acciones necesarias para efectuar ventas online, aplicando las políticas de comercio electrónico definidas por la empresa.</p>	<p>REALIZACIÓN DE ACCIONES DE COMPRAVENTA ONLINE</p>
<p>a) Se han establecido los parámetros necesarios para crear o adaptar un negocio online.</p> <p>b) Se han definido acciones de captación de clientes enfocadas al comercio electrónico.</p> <p>c) Se han identificado los modelos de negocio convencionales y electrónicos existentes en la red.</p> <p>d) Se ha diseñado una tienda virtual.</p> <p>e) Se ha planificado la gestión de los pedidos recibidos y todo el proceso logístico.</p> <p>f) Se han establecido los medios de pago que se van a utilizar.</p> <p>g) Se han seleccionado los sistemas de seguridad que garanticen la privacidad e invulnerabilidad de las operaciones.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Idea y diseño de una tienda virtual. - Catálogo de productos online. - Selección y registro de dominio. - Modelos de negocio digital: portales horizontales, B2B y B2C, entre otros. - Escaparate web. Catálogo electrónico. - Control logístico de las mercancías vendidas online. - La reclamación como instrumento de fidelización del cliente. - Medios de pago electrónico. - Períodos de reflexión y cancelaciones. - Seguridad en las transacciones electrónicas: cifrado, firma digital, certificados digitales y DNI electrónico. - Encriptación. - Negocios electrónicos

Resultados de Aprendizaje y Criterios de Evaluación	Contenidos Básicos asociados
<p>RA3. Realiza el mantenimiento de la página web corporativa, la tienda electrónica y el catálogo online, utilizando aplicaciones informáticas y lenguajes específicos.</p>	<p>REALIZACIÓN DEL MANTENIMIENTO DE LA PÁGINA WEB:</p>
<p>a) Se han redactado sentencias en lenguaje de etiquetas de hipertexto (HTML). b) Se han utilizado programas comerciales para crear los cheros que componen las páginas web.</p> <p>c) Se ha registrado la dirección de páginas web con dominio propio o con alojamiento gratuito.</p> <p>d) Se han enviado los cheros web creados al servidor de Internet mediante programas especializados en esta tarea.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Estructurar una página web corporativa. 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.

<p>e) Se han utilizado programas específicos de inclusión de textos, imágenes y sonido.</p> <p>f) Se ha construido una página web eficiente para el comercio electrónico.</p> <p>g) Se han incluido en la web enlaces de interés capaces de generar tráfico orientado e interesado en lo que se ofrece.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Catálogo online. - Flujos de caja y financiación de la tienda online. - Zonas calientes y zonas de usuario. - El carrito de la compra online.
---	--

Resultados de Aprendizaje y Criterios de Evaluación	Contenidos Básicos asociados
<p>RA4. Establece foros de comunicación entre usuarios, utilizando las redes sociales de ámbito empresarial.</p>	<p>ESTABLECIMIENTO DE RELACIONES CON OTROS USUARIOS DE LA RED:</p>
<p>a) Se han utilizado programas web para mantener cibercharlas de texto.</p> <p>b) Se han manejado aplicaciones de mensajería instantánea.</p> <p>c) Se han aplicado sistemas de comunicación oral que utilizan solo sonido o sonido e imagen.</p> <p>d) Se han propuesto temas de contenido profesional a través de blogs temáticos.</p> <p>e) Se han establecido contactos sobre temas concretos a través de blogs temáticos de contenido profesional.</p> <p>f) Se han efectuado comunicaciones, publicidad y ventas con otros usuarios de la red a través de redes sociales.</p> <p>g) Se han generado contenidos audiovisuales y fotográficos de la actividad, productos y procesos comerciales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Los grupos de conversación o chat: programas IRC y programas webchat. - Servicio de mensajería instantánea. - Telefonía por Internet. - 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. Cómo buscar un grupo interesante. - Crear una red de contactos influyentes. - Comprar y vender en redes sociales.

Resultados de Aprendizaje y Criterios de Evaluación	Contenidos Básicos asociados
<p>RA5. Utiliza entornos de trabajo dirigidos al usuario final (Web 2.0), integrando herramientas informáticas y recursos de Internet.</p>	<p>UTILIZACIÓN DE ENTORNOS WEB 2.0</p>
<p>a) Se han de nido los modelos y funcionalidades Web 2.0. existentes en la red.</p> <p>b) Se han utilizado los recursos gratuitos y libres incluidos en los sitios Web 2.0.</p> <p>c) Se han aplicado los resultados obtenidos en el entorno Web 2.0 mediante la información</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Concepto y características. - Funcionalidades: opiniones y foros de usuarios. - Reputación corporativa online. - Objetivos que hay que alcanzar. - Herramientas del marketing online utilizadas en la Web 2.0.

<p>(feedback) proporcionada por los usuarios.</p> <p>d) Se han realizado las tareas necesarias para que la empresa esté presente, además de en su propio sitio web, en buscadores, redes sociales, blogs y chats y foros, entre otros.</p> <p>e) Se han seleccionado las acciones necesarias para integrar el comercio electrónico con funcionalidades propias de la Web 2.0.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Webs integradas. - Redes sociales que integran a los consumidores como prescriptores. - Los consumidores como participantes activos (prosumidores): opiniones de otros compradores, ofertas cruzadas y comparativas, entre otras. - Implementación de estrategias de seguridad informática.
---	--

CONTENIDOS REFERIDOS A RESULTADOS DE APRENDIZAJE NO ALCANZADOS EN EL CURSO ANTERIOR POR LA SITUACIÓN COVID

Según la instrucción del 15 de junio de 2020 sobre inicio de curso, y el plan de consecución de los resultados de aprendizaje propuesto por el equipo docente, para aquellos alumnos que no los pudieron alcanzar en el curso 2019/20, por la situación de confinamiento, fue el siguiente:

Se tenía previsto que los RA3, RA5 y RA6 de Dinamización del punto de venta, que dos alumnos en el curso 2019/20 no lograron alcanzar los conocimientos mínimos, pero aprobaron el módulo por haber superado la primera y segunda evaluación, se incorporaran a éste módulo para impartirlos durante el primer trimestre, para que esos dos alumnos pudieran superar los contenidos de esos RA, pero viendo que ninguno de éstos alumnos se ha matriculado en el curso 2020/21, no considero necesario reflejar su forma de recuperarlos.

6.- UNIDADES DE APRENDIZAJE.

Teniendo presente cuáles son las competencias a alcanzar por el alumnado se ha estructurado una secuencia de Unidades de Aprendizaje (UA) que dé respuesta a la consecución de dichas competencias y contengan todos los elementos curriculares de forma lógica.

6.1.- Organización y Secuenciación de Unidades de Aprendizaje.

El primer paso para vertebrar la formación ha sido, a partir del Resultado de Aprendizaje (y su ponderación en función de su contribución a la adquisición de las competencias del módulo) se identifican las Unidades de Aprendizaje teniendo en cuenta los procesos de servicio que hay implícitos en cada Resultado de Aprendizaje a través de sus Criterios de Evaluación.

Esta vertebración se ha realizado teniendo en cuenta la forma en que contribuye a alcanzar las Competencias Profesionales Personales y Sociales y los Objetivos Generales.

Todo esto, teniendo en cuenta tanto el ámbito general (Competencias y Objetivos Generales), la concreción curricular (Resultados de Aprendizaje y Criterios de Evaluación) y la Organización y Estructura de Aprendizaje (Unidades de Aprendizaje), se recoge en la siguiente tabla:

Ámbito General		Concreción Curricular			Estructura de Aprendizaje	
CPPS	OG	RA	%	CE	UA	Denominación
g,m,n,ñ,o,p	k,l,r,s,t	RA1	20	a,b,c,d,e	1	Plan de marketing digital: relación con clientes y seguridad en el pago.
				b,c,d,e,f,g	2	Aplicación de las herramientas de marketing digital
g,m,n,ñ,o,p	k,l,q,r,s,t	RA2	20	a,b,c,d,e,f,g	3	Diseño de tienda virtual. modelos de negocio electrónico. selección y registro de dominio.
g,m,n,ñ,o,p	k,l,q,r,s,t	RA3	20	a,c,d,e,f,g	4	Mantenimiento de una página web de tienda virtual (I).
				a,c,d,e,f,g	5	Mantenimiento de una página web de tienda virtual (II).
g,m,n,ñ,o,p	k,l,q,r,s,t	RA4	20	a,b,c,d,e	6	Relación con otros usuarios de la red.
				a,b,c,d,e	7	Redes Sociales
g,m,n,ñ,o,p	k,l,q,r,s,t	RA5	20	a,b,c,d,e	8	Utilización de la web 2.0 e integración de los consumidores

6.2.- Temporalización de Unidades de Aprendizaje.

A continuación se ha establecido una temporalización y se ha asignado unas horas en función de la complejidad en la adquisición de las competencias que se trabajan en cada unidad. Además, se ha considerado la ponderación de cada Resultado de Aprendizaje para poder determinar cuál es la contribución de cada unidad a alcanzar el resultado de aprendizaje.

Esto se recoge en la siguiente tabla:

Concreción Curricular			Estructura de Aprendizaje			
RA	%	CE	UA	Denominación	Nº Horas	Temp Trimestre
RA1	20	a,b,c,d,e	1	Plan de marketing digital: relación con clientes y seguridad en el pago.	15	1º
		b,c,d,e,f,g	2	Aplicación de las herramientas de marketing digital	10	1º
RA2	20	a,b,c,d,e,f,g	3	Diseño de tienda virtual. modelos de negocio electrónico. selección y registro de dominio.	20	1º
RA3	20	a,c,d,e,f,g	4	Mantenimiento de una página web de tienda virtual (I).	10	1º
		a,c,d,e,f,g	5	Mantenimiento de una página web de tienda virtual (II).	10	1º y 2º

RA4	20	a,b,c,d,e	6	Relación con otros usuarios de la red.	15	2º
		a,b,c,d,e	7	Redes Sociales	15	2º
RA5	20	a,b,c,d,e,f,g	8	Utilización de la web 2.0 e integración de los consumidores	10	2º

Para la temporalización se ha tenido en cuenta dos principios: **Flexibilidad**, ya que los alumnos son los verdaderos protagonistas del proceso, no nuestras previsiones y **Planificación**, evitando dejar nada a la improvisación.

6.3.- Asociación Criterios de Evaluación.

En función de los Criterios de Evaluación que se trabajan en cada unidad, se ha asociado un Instrumento de Evaluación (IE) que se relaciona en la siguiente tabla:

Concreción Curricular		Estructura de Aprendizaje			
RA	CE	IE	UA	Denominación	
1	a,b,c,d,e,f,g	PRU, TI	1	Plan de marketing digital: relación con clientes y seguridad en el pago.	
	b,c,d,e,f,g	PRU, TI	2	Aplicación de las herramientas de marketing digital	
2	a,b,c,d,e,f,g	PRU, TI, TG	3	Diseño de tienda virtual. modelos de negocio electrónico. selección y registro de dominio.	
3	a,c,d,e,f,g	PRU, TI, TG	4	Mantenimiento de una página web de tienda virtual (I).	
	a,c,d,e,f,g	PRU, TI,	5	Mantenimiento de una página web de tienda virtual (II).	
4	a,b,c,d,e,f,g	PRU, TI,	6	Relación con otros usuarios de la red.	
	a,b,c,d,e,f,g	PRU, TI, TG	7	Redes Sociales	
5	a,b,c,d,e,f,g	PRU, TI,	8	Utilización de la web 2.0 e integración de los consumidores	

Leyenda: Pru=prueba escrita teórico-práctica. TI=Trabajo Individual. TG=Trabajo Grupal.

Estos Instrumentos de Evaluación serán utilizados en función de cada criterio de evaluación, recordando que lo que se ha de ponderar es la competencia (concretada en términos de Criterio de Evaluación) y no el instrumento, aunque lógicamente ambos estén relacionados.

6.4. Instrumentos de Evaluación a tener en cuenta en los tres escenarios posibles.

A tener en cuenta:

-Portafolio: Este portafolio estará ubicado en la plataforma Moodle, y estará formado por todas las evidencias del aprendizaje del alumno, su diario de aprendizaje, así como las reflexiones de aprendizaje guiadas que se reflejarán en una encuesta después de cada resultado de aprendizaje.

-Rúbricas: Algunas de las tareas, actividades, trabajos del portafolio estarán evaluados con rúbricas siempre que se presten a este tipo de valoración.

a) Cuestionarios.

Pueden ser escritos/ orales formarán el 50% de la nota de la evaluación. Estarán formadas por preguntas de razonamiento, que se basarán en los criterios de evaluación que conducen a cada uno de los resultados de aprendizaje. Se realizará una prueba escrita por cada unidad de aprendizaje. En cada prueba escrita, aparecerá en primer lugar los criterios de evaluación asociados al resultado de aprendizaje y su valoración. Algunas de las preguntas del cuestionario serán autocalificables, y otras serán de ensayo tanto escritas como orales. Se realizarán en la plataforma Moodle y sólo en casos inevitables, como que falle la conexión etc se realizarán en papel, si nos encontramos en clase con la asistencia de alumnos.

Modelo de prueba escrita (Rúbrica) ANEXO IV (Sólo si fuese necesario).

b) Actividades Moodle.

Las actividades realizadas en la plataforma moodle se basarán en ABJ y gamificación. Formarán el 50% de la nota. Estas actividades pueden ser individuales y grupales (escritas y/u orales) y al igual que las pruebas escritas se basarán en los criterios de evaluación para que el alumno consiga el resultado de aprendizaje. Se valorarán en los casos que proceda con una rúbrica.

b) Insignias

Las insignias, siempre están asociados a los criterios de evaluación de un RA y, por lo tanto, permiten demostrar que el alumno ha alcanzado un nivel de competencia superior al evaluado.

En el caso de enseñanza **semipresencial y presencial** se basará en la observación habitual de clase, con las insignias se persigue motivar a los alumnos en la consecución de los objetivos del módulo. La consecución de insignias se hará en función de la participación e interés mostrado en clase. Se recogerán aspectos tales como la colaboración y ayuda entre compañeros, actitudes que destaquen en el aula de manera positiva. Las concesiones de las insignias manuales se harán con la participación de la opinión del alumnado. Se reflejarán en MOODLE con la asignación manual de insignias. Además, habrá insignias que se conceden de manera automática por la plataforma Moodle al realizar las tareas en fechas determinadas y con puntuaciones también determinadas. (gamificación). Este último caso de concesión automática será el único empleado en caso de **docencia exclusivamente telemática.**

Con las insignias, el alumno podrá ver incrementada su nota hasta un máximo de 2 puntos, según el número de insignias conseguidas. El valor de cada insignia será el resultado de dividir 2 entre el nº de insignias propuestas durante el parcial.

Todos los resultados de aprendizaje tienen el mismo peso en la valoración final del alumno. Los CE relativos a cada uno de ellos, se valorarán en todos los instrumentos de evaluación que se utilizarán a lo largo del curso. Dentro de cada Unidad de Aprendizaje se han ponderado los criterios de evaluación agrupados ya que, en este módulo trabajar con agrupación de CE es mucho más dinámico y es muy difícil separar un CE de otros. Todo esto está reflejado en el ANEXO I del presente documento.

La nota final del alumno será la media de todos los RA. Del mismo modo los instrumentos de evaluación tienen el mismo peso en la evaluación. Las insignias se utilizan como elemento motivador para los alumnos, valorando las competencias profesionales, sociales y personales que se trabajan en algunos de los CE asociados a los RA del módulo.

Los instrumentos de evaluación podrán incluir:

- Preguntas orales en clase.
- Realización, entrega y exposición de cuestiones, actividades, ejercicios...
- Asistencia y participación en clase.
- Pruebas escritas.
- Modo de enfrentarse a las tareas, refuerzos eficaces, nivel de atención, interés por la materia, motivación, etc.
- Exposición ante el profesor y sus compañeros de los trabajos realizados.
- Uso de la plataforma Moodle Centro.
- Insignias
- Realización de Kahoots

6.5. Ponderación de los instrumentos de evaluación

Concreción Curricular			Estructura de Aprendizaje		INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN	PORCENTAJE
RA	%	CE	UA	Denominación		
RA1	20	a, b, c, d, e, f, h	1	PLAN DE MARKETING DIGITAL: RELACIÓN CON CLIENTES Y SEGURIDAD EN EL PAGO.	PRUEBA ESCRITA	50%
					ACTIVIDADES	50%
					INSIGNIAS	Hasta 2 puntos
		f, m, n, ñ o, p, q	2	APLICACIÓN DE LAS HERRAMIENTAS DE MARKETING DIGITAL	PRUEBA ESCRITA	50%
					ACTIVIDADES	50%
					INSIGNIAS	Hasta 2 puntos
RA2	20	b, c, d, e, e, f, g, h,	3	DISEÑO DE TIENDA VIRTUAL. MODELOS DE NEGOCIO ELECTRÓNICO. SELECCIÓN Y REGISTRO DE DOMINIO.	PRUEBA ESCRITA	50%
					ACTIVIDADES	50%
					INSIGNIAS	Hasta 2 puntos
		b, c, d, e, e, f, g, h,	4	MANTENIMIENTO DE UNA PÁGINA WEB DE TIENDA VIRTUAL (I).	PRUEBA ESCRITA	50%
					ACTIVIDADES	50%
					INSIGNIAS	Hasta 2 puntos
RA3	20	d, e, f, g,	5	MANTENIMIENTO DE UNA PÁGINA WEB DE TIENDA VIRTUAL (II).	PRUEBA ESCRITA	50%
					ACTIVIDADES	50%
					INSIGNIAS	Hasta 2 puntos
RA4	20	a, b, c, d, e, f, g, h	6	RELACIÓN CON OTROS USUARIOS DE LA RED.	PRUEBA ESCRITA	50%
					ACTIVIDADES	50%
					INSIGNIAS	Hasta 2 puntos
		a, b, c, d, e, f, g, h	7	REDES SOCIALES	PRUEBA ESCRITA	50%
					ACTIVIDADES	50%
					INSIGNIAS	Hasta 2 puntos
RA5	20	a, b, c, d, e, f, g, h	8	UTILIZACIÓN DE LA WEB 2.0 E INTEGRACIÓN DE LOS CONSUMIDORES	PRUEBA ESCRITA	50%
						ACTIVIDADES
					INSIGNIAS	Hasta 2 puntos

7.- METODOLOGÍA. PRINCIPIOS.

7.1.- PRINCIPIOS METODOLÓGICOS.

Se utilizarán diferentes metodologías a lo largo del curso, con el objetivo de que el alumnado pueda adquirir de forma óptima las competencias asociadas a este módulo profesional y para ello tendremos en cuenta unos principios metodológicos.

En primer lugar, los ***principios de actuación metodológica*** serán

- Adaptación al alumnado partiendo de un conocimiento previo del grupo
- Consideración de los conocimientos previos del alumnado como punto de partida para la adquisición de nuevos aprendizajes.
- Adecuación del lenguaje a las características del alumnado.
- Orientación del grupo respecto a su situación en el proceso de aprendizaje, por medio de controles de comprensión y actividades de clase.
- Utilización de recursos didácticos y materiales variados y adecuados.
- Conexión de los aprendizajes del alumnado con la realidad de nuestro entorno social y profesional con la finalidad de conseguir aprendizajes competenciales.
- Realización de aprendizajes competenciales aplicando la teoría a la práctica.
- Creación de un clima de confianza que fomente la participación activa del grupo en el contexto educativo del aula.
- Fomento de la iniciativa, la autonomía y el trabajo en grupo.
- Enseñanza/aprendizaje de actitudes personales y profesionales que lleve a su interiorización por parte del alumnado.
- Variedad en las actividades e instrumentos de evaluación, empleándolos como parte del proceso de aprendizaje.
- Utilización de las TIC como recurso educativo docente y como medio de búsqueda y selección de información y actualización de conocimientos.

7.2.- ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS.

Las diferentes ***estrategias metodológicas*** que se utilizarán a lo largo del módulo son:

7.2.1.- METODOLOGÍA SEMIPRESENCIAL Y TELEMÁTICA

De esta manera, los alumnos tendrán los contenidos del tema en la plataforma Moodle, en formato vídeo, contenidos interactivos etc, utilizando las herramientas proporcionadas por la plataforma Moodle centros, así como, genially o paquetes scorm con exelearning etc.

Utilizaremos **ABJ** (aprendizaje basado en juegos) y la **Gamificación**, ya que ambas metodologías ponen el acento en la motivación y en los estudiantes.

El ABJ se basa en la utilización, adaptación o creación de un juego para usarlo en el aula, en este sentido usamos un juego completo, bien sea adaptado o no, para adquirir una serie de conocimientos concretos. Supone el uso de un juego con fines educativos. Los objetivos serán didácticos y el aprendizaje debe poder ser extrapolable fuera del propio juego. Es decir, en este caso el contenido se adaptará al juego.

Utilizaremos los juegos que nos proporciona la plataforma Moodle y exelearning, como la ruleta pasapalabra, el ahorcado, los juegos de wordwall etc.

Por su parte, en la Gamificación usamos dinámicas, mecánicas y reglas de juego en un entorno no necesariamente lúdico. En este caso, las reglas y la ludificación se adaptarán al contenido.

Usaremos kahoot, barras de progreso, rankings, insignias o medallas, con las que se premiará a los alumnos por un **comportamiento** o un resultado determinado. La motivación para conseguir estas recompensas promoverá el aprendizaje para lograr una meta, incluso, a veces por repetición, reforzando una conducta o buscando su modificación.

7.2.3.- METODOLOGÍA EN CLASES TOTALMENTE PRESENCIALES

Al igual que en los modelos anteriores utilizaremos **ABJ** (aprendizaje basado en juegos) y la **Gamificación**, ya que ambas metodologías ponen el acento en la motivación y en los estudiantes.

Pero además y dado que el alumnado está presente en el aula utilizaremos a la vez una metodología más tradicional, en la que hay unas instrucciones del profesor que deben ser asimiladas y estudiadas por el alumno para luego realizar unas tareas fuera y dentro del aula.

7.2.3.1.-Metodología didáctica:

En todas las unidades, se hará una exposición inicial de los contenidos, intentando conseguir la participación de los alumnos, dando respuesta al caso práctico inicial y después realizando actividades.

- Se comienza la unidad con **una introducción** en la cual indicaremos que queremos aprender con los contenidos de esa unidad de trabajo, los objetivos y la presentación de un guión o esquema de la unidad y como se va a evaluar dicha unidad de trabajo.
- El profesor explica los contenidos haciendo hincapié en los **puntos más importantes** y resumiendo aquellos aspectos que resultan fundamentales, tanto en los conceptos, como aquellas partes que serán importantes a la hora de las aplicaciones.
- El profesor plantea las **actividades a realizar**. Esto se puede hacer al final de los contenidos o en paralelo a las explicaciones conceptuales. Serán tanto actividades individuales como colectivas.
- El profesor durante las clases motivará a los alumnos con preguntas y peticiones tanto grupales como individuales, el alumno o grupo que destaque colaborando y/o realizándolas adecuadamente recibirá una **insignia**. Se repasan los contenidos básicos de la unidad y se explican las presentaciones de trabajos y realización de pruebas o controles correspondiente. Se realizarán comentarios y trabajos para que el alumno mejore su expresión escrita.
- Visualización de películas y videos que ilustren lo temas tratados.
- Se realizarán salidas al centro de la ciudad, para que el alumno detecte los instrumentos de marketing utilizados por las empresas.
- Se realizarán actividades en las que el alumno deberá hablar en público para mejorar su expresión oral. Se utilizarán rúbricas para la valoración de la exposición de estos trabajos, que se subirán a la Moodle para ser valorados.
- Se realizarán actividades orales y/o escritas.
- Al final de cada parcial se dedicarán unas clases a repasar los contenidos estudiados en cada uno de ellos.
- Se utilizarán libros sobre hábitos de vida saludables para que el alumno investigue sobre el tema.
- Se utilizará Croma key, en los trabajos en grupo.

7.2.4.- METODOLOGÍAS COMUNES A LOS TRES ESCENARIOS POSIBLES

7.2.4.1.-Metodología orientada a la mejora lingüística:

En los casos en los que se perciba que el alumno adquiere los conocimientos pero que tiene dificultades en su expresión escrita, se le realizará un examen oral cuando su nota en el examen escrito

y su recuperación sea inferior a 4, y posteriormente se le ayudará a reflejar por escrito sus conocimientos. Se le fomentará la lectura y se le pedirán resúmenes escritos a mano sobre los temas estudiados.

Además, según lo acordado por el departamento en la reunión del 13 de octubre de 2015:

- Se fomentará la lectura.
- Asimismo, los alumnos tendrán que exponer ante el profesor y sus compañeros los trabajos que realicen, para mejorar su expresión oral.

7.2.4.2.- Metodología orientada al aprendizaje cooperativo y educación inclusiva.

Se aplicarán técnicas de aprendizaje cooperativo para potenciar el aprendizaje de todos los alumnos y facilitar la participación activa, la integración y la interacción entre ellos. Para llevar a cabo este tipo de aprendizaje los alumnos se distribuirán en pequeños equipos de trabajo para ayudarse y animarse mutuamente a la hora de realizar algunas actividades.

Al principio de curso se realizarán dinámicas que fomenten la cohesión del grupo como:

- Grupo nominal
- La pelota
- La entrevista
- La maleta etc

Posteriormente insistiremos en el trabajo en equipo fomentando la participación equitativa y la interacción entre los estudiantes. Para ello utilizaremos algunas estructuras cooperativas tanto simples como complejas:

- La lectura compartida
- 1-2-4
- Parada de tres minutos
- Lápices al centro
- Rompecabezas

7.2.4.3.- Metodología orientada a los alumnos con necesidades educativas especiales:

La 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, (Art. 2), la programación didáctica de los módulos profesionales contendrán (entre otras):

“La adecuación de las actividades formativas, así como de los criterios y los procedimientos de evaluación cuando el ciclo formativo vaya a ser cursado por alumnado con algún tipo de discapacidad, garantizándose el acceso a las pruebas de evaluación. **Esta adaptación en ningún caso supondrá la supresión de resultados de aprendizaje y objetivos generales del ciclo que afecten a la adquisición de la competencia general del título**”.

En los ciclos formativos se deben adquirir los resultados de aprendizaje indicados en cada uno de los Títulos, por ello las adaptaciones curriculares significativas no están contempladas.

A los alumnos con necesidades educativas especiales se les dará más tiempo para la realización de exámenes y para responder las preguntas orales se les guiará para asegurar que consiguen las competencias profesionales del módulo.

7.2.4.4.- Metodología orientada a la interrelación de los distintos módulos

El departamento en la reunión del 8 de septiembre acuerda que determinados contenidos se trabajarán en todos los módulos por considerarlos de suma importancia en el ciclo, estos conceptos son:

- Calculo y elaboración de una factura
- Descuentos
- Porcentajes
- IVA
- Medios de pago.
- Reglas de tres
- Atención al cliente.
- Actitud en el puesto de trabajo
- Lenguaje adecuado al puesto trabajo

7.2.4.5.- Metodología orientada a aumentar la atención del alumnado

Se utilizarán técnicas básicas de relajación y de activación de la atención para conseguir que el alumno asimile mejor los contenidos y que el trabajo en el aula sea más productivo.

7.2.4.6.- Educación en Valores.

La educación en valores debe inundar todas las etapas educativas. El desarrollo de la educación en valores en nuestra programación se realizará a través de temas transversales a los contenidos expresados en nuestra programación didáctica. Además hay que tener en cuenta que muchos de ellos están relacionados con las competencias sociales expresadas en la Orden que regula el Título.

La siguiente tabla, recoge un cuadro resumen en el que se relacionan los diferentes temas transversales que se tratarán de manera específica en cada Unidad de Aprendizaje:

Contenido a desarrollar
Educación del Consumidor
Educación Moral y Cívica
Educación para la Igualdad entre los Sexos
Educación Medioambiental
Educación para los Medios de Comunicación
El respeto a las normas y valores de convivencia democrática.
La tolerancia y la solidaridad entre las personas.

La capacidad de esfuerzo y responsabilidad en el estudio.
La actitud abierta, responsable y de respeto por los demás.
La creatividad.
La capacidad de tomar iniciativas personales y el hábito de trabajo en equipo
Hábitos de vida saludables

8.- EVALUACIÓN Y RECUPERACIÓN

La evaluación supone un conjunto de actividades programadas para recoger información sobre la que docentes y alumnado reflexionan y toman decisiones para mejorar sus estrategias de enseñanza y aprendizaje, e introducir en el proceso en curso las correcciones necesarias.

Estamos ante un proceso sistemático de recogida de datos, incorporado al sistema general de actuación educativa, que permite obtener información válida y fiable para formar juicios de valor acerca de una situación.

8.1.- Principios de Evaluación.

En Formación Profesional el objetivo de la evaluación del proceso de aprendizaje del alumnado es conocer para cada módulo profesional si ha alcanzado los resultados de aprendizaje y los criterios de evaluación de los que están compuestos, con la finalidad de valorar si dispone de la competencia profesional que acredita el Título, y este será el principio que rija la evaluación de las competencias adquiridas en este módulo profesional.

Siguiendo lo indicado en la 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, la evaluación inicial tendrá como objetivo fundamental indagar sobre las características y el nivel de competencias que presenta el alumnado en relación con los resultados de aprendizaje y contenidos de las enseñanzas que va a cursar. Los resultados que de ella se deriven se concretarán según el consenso del equipo educativo.

Por otro lado, en el Art. 1 de la citada Orden, se indica que *“la evaluación de los aprendizajes del alumnado que cursa ciclos formativos será continua y se realizará por módulos profesionales.”*

Por último, en el apartado b del Art. 5, se indica que *“Los procedimientos, instrumentos y criterios de calificación que se vayan a aplicar para la evaluación del alumnado, en cuya definición el profesorado tendrá en cuenta el grado de consecución de los resultados de aprendizaje de referencia, así como la adquisición de las competencias y objetivos generales del título.”*

Teniendo en cuenta todo lo anterior, la evaluación de este módulo seguirá tres principios fundamentales: inicial (art. 10.2), continua (el art. 2.) y criterial (art. 2.5.b y art. 3).

Inicial o diagnóstica:

Se realizará al iniciarse cada una de las fases de aprendizaje, y tiene la finalidad de proporcionar información sobre los conocimientos previos de los alumnos para decidir el nivel en que hay que desarrollar los nuevos contenidos de enseñanza y las relaciones que deben establecerse entre ellos.

Continua:

Pretende superar la relación evaluación=examen o evaluación=calificación final del alumnado, y centra la atención en otros aspectos que se consideran de interés para la mejora del proceso educativo. Se realizará a lo largo de todo el proceso de aprendizaje del alumnado y pretende describir e interpretar, de tal manera que, cuanto más información significativa tengamos del alumnado, mejor conoceremos su aprendizaje.

Criterial:

A lo largo del proceso de aprendizaje, la evaluación criterial compara el progreso del alumno en relación con metas graduales establecidas previamente a partir de la situación inicial. Por tanto, fija la atención en el progreso personal del alumno en base a los criterios de evaluación definidos en la normativa. Este principio es fundamental en formación profesional, puesto que es como se estructura y organizan las enseñanzas.

Dadas las circunstancias actuales los tutores harán una evaluación al inicio de curso a través de un formulario para conocer aspectos muy relevantes de los alumnos, como son, los recursos digitales de los que dispone, (wifi, ordenador, móvil, conocimiento de moodle ...), sus recursos personales en relación a su seguridad y la de todos (mascarillas, gel) y algunos datos personales como su correo electrónico, localidad en la que viven etc .

Los resultados serán compartidos por el departamento para tener una imagen más clara del grupo.

8.2.- Tipos de evaluación

Se llevarán a cabo estos tres tipos de evaluación, ya que la plataforma Moodle nos ayuda a llevarla a cabo en cualquier escenario posible:

- **Heteroevaluación:** La evaluación del docente a los estudiantes.
- **Autoevaluación:** Evaluación del propio alumno.
- **Coevaluación:** Evaluación entre pares (taller Moodle)

8.3. Evaluación Inicial o diagnóstica

La evaluación inicial del alumnado que se llevará a cabo a primeros de octubre refleja para este módulo un grupo de 21 alumnos. Los 21 alumnos, hasta el momento, tienen una actitud colaborativa y participativa.

8.4. Medidas de Evaluación y Recuperación

La evaluación tendrá en cuenta los criterios de evaluación trabajados con los instrumentos de evaluación que aparecen en apartados anteriores. Y cómo se ha especificado anteriormente, dadas las características del módulo, y al tratarse de un ciclo de grado medio en la mayoría de los casos los criterios de evaluación asociados a los resultados de aprendizaje, **se valorarán en grupo**, dado que es más didáctico y dinámico para los alumnos entender casos prácticos donde se contemplan varios criterios de evaluación, así como realizarlos con los instrumentos de evaluación que he elegido, que intentan motivar a alumno para el aprendizaje.

Los exámenes y recuperaciones serán escritos y/u orales. La nota de cada parcial será la nota obtenida con la ponderación de los criterios de evaluación de los resultados de aprendizaje recogidos en los instrumentos de evaluación de cada parcial reflejados en la tabla. (ANEXO I).

Para que un alumno obtenga una **calificación positiva en un parcial**, ha de haber obtenido en los cuestionarios o pruebas escritas u orales una **calificación mínima de 5 en todos los CE** estudiados en dicho parcial.

8.5. Medidas de Recuperación

Todas las actividades de recuperación han de plantearse desde la perspectiva de la consecución satisfactoria de los criterios de evaluación, puesto que éstos determinan los resultados mínimos que deben ser alcanzados por los alumnos, ya expresado anteriormente.

Ya que los instrumentos de evaluación son variados, el sistema de recuperación debe serlo igualmente. Así, para aquellos alumnos que no obtengan una valoración positiva en alguno de los resultados de aprendizaje, realizarán al final del trimestre una prueba global que consistirá en una prueba que abarque los Criterios de Evaluación no superados de los Resultados de Aprendizaje pendientes.

8.6. Medidas de Evaluación y Recuperación de Alumnos Dual

Los alumnos tras haber terminado su formación inicial en el Centro educativo el día 20 de diciembre, se incorporarán a la empresa durante la segunda semana del mes de enero, para continuar su formación en alternancia en la empresa y en el Centro educativo.

La evaluación de estos alumnos se realizará teniendo en cuenta:

- Se supervisan los cuadernos de bitácora de los alumnos y se contrastan con el programa formativo para comprobar que el alumno ha recibido la formación acordada.
- La valoración mensual del tutor laboral, el informe del coordinador docente y el informe trimestral que la empresa cumplimentará, donde constan los módulos implicados y los criterios de evaluación de cada una de las actividades y su concreción, en el cual reflejará una valoración de cada actividad de forma que determine si es: Deficiente, Apenas Aceptable, Regular, Buena y Óptima.
- Se elaborará una calificación sobre el informe trimestral de evaluación de la empresa que tendrá un valor del 10% en la calificación de cada parcial, y que responderá al siguiente criterio Deficiente: 1-2, Apenas aceptable: 3-4, regular: 5-6, buena: 7-8 Óptimo: 9-10 (Se hará una media aritmética de las actividades de cada módulo que configurarán la nota del parcial)
- Las actividades y pruebas orales/escritas realizadas en el Centro Educativo, tendrán un valor del 90%.

En resumen, la calificación del parcial estará formada por el 10% del informe trimestral de la empresa más el 90% de las actividades y pruebas orales/escritas realizadas en el Centro Educativo

Los alumnos en formación profesional dual que suspendan algún módulo irán a la convocatoria ordinaria, donde se les hará una **recuperación adaptada a su formación** en el Centro de Trabajo.

En el ANEXO II encontramos el programa formativo de los alumnos dual, recogido en el proyecto dual 2019-2021.

8.7. Convocatoria Ordinaria.

Según el apartado c) del Art. 5 de la Orden de 29 de septiembre de 2010, *“la determinación y planificación de las actividades de refuerzo o mejora de las competencias, que permitan al alumnado matriculado en la modalidad presencial la superación de los módulos profesionales pendientes de evaluación positiva o, en su caso, mejorar la calificación obtenida en los mismos. Dichas actividades se realizarán en primer curso durante el periodo comprendido entre la última evaluación parcial y la evaluación final y, en segundo curso durante el periodo comprendido entre la sesión de evaluación previa a la realización del módulo profesional de formación en centros de trabajo y la sesión de evaluación final.”*

Los alumnos con algún parcial pendiente de recuperar se presentarán a la prueba ordinaria para intentar superar los resultados de aprendizaje de dicho parcial. Esta prueba se realizará en el mes de junio. La calificación de la evaluación ordinaria es la suma de la ponderación de todos los resultados de aprendizaje.

Los alumnos que hayan superado todos los parciales podrán asistir a clase para subir nota y realizarán un trabajo general de toda la materia.

8.8. Criterios de calificación.

En el apartado 1 del Art. 16 de esta Orden, se indica que *“la evaluación conllevará una calificación que reflejará los resultados obtenidos por el alumno o alumna en su proceso de enseñanza-aprendizaje.*

La calificación de los módulos profesionales de formación en el centro educativo y del módulo profesional de proyecto se expresará en valores numéricos de 1 a 10, sin decimales. Se considerarán positivas las iguales o superiores a 5 y negativas las restantes”.

Los ítems a tener en cuenta en cada uno de los diferentes instrumentos de evaluación son:

Prueba escrita	<p>Para cada criterio de evaluación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Conocimientos específicos. - Nivel de profundización. - Utilización de vocabulario y terminología específica. - Capacidad de abstracción y relación.
Actividades Moodle	<p>Además de lo anterior:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Capacidad de síntesis. - Estructura y secuencia. - Orden y redacción. - Presentación.
Trabajo grupal	<p>Además de los anteriores:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Participación. - Reparto de funciones y tareas. - Cooperación.
Con presentación	<p>Además del/ de los anterior/es:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elaboración de presentación. - Capacidad de síntesis. - Habilidades comunicativas.

9.- ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

Se entiende como atención a la diversidad toda aquella actuación educativa que esté dirigida a dar respuesta a las diferentes capacidades, ritmos de aprendizaje, motivaciones e intereses, situaciones sociales, étnicas, de inmigración y de salud del alumnado.

Una de las causas de desigualdad más común es la social. No existe igualdad de oportunidades cuando las circunstancias familiares dificultan el aprendizaje. Tampoco cuando las geografías limitan el acceso a determinados medios o incluso Centros. Una de las causas sociales de atención a la diversidad más vigente es la originada con la inmigración. En nuestro caso, como se ha indicado anteriormente en la contextualización, no existe alumnado en esta situación, aunque se contempla por si existe algún alumno que tras la realización de esta programación se incorporase con estas características.

Partiendo del hecho de que cada persona es diferente, y que nuestro deber como docentes es ayudar a cada persona a desarrollar sus aptitudes y capacidades, debemos plantearnos que adecuar la

programación a la diversidad de los alumnos/as, supone llevar a cabo un conjunto de modificaciones en los diferentes elementos curriculares que la configuran con la finalidad de conseguir los objetivos y competencias que se plantean.

Para favorecer estas condiciones, la estructura organizativa que se establezca deberá permitir trabajar de forma coordinada los objetivos y competencias comunes a todo el alumnado, los que precisen un determinado número de alumnos/as y aquellos de carácter individual, sin que se rompa el equilibrio entre el grupo como tal y cada uno de los alumnos/as dentro del mismo, debiendo quedar así reflejado en los diseños curriculares que se adapten.

En este punto, es preciso indicar que en la formación profesional, como enseñanza postobligatoria, no caben las adaptaciones curriculares significativas, las adaptaciones que se pueden aplicar deben ser no significativas, por tanto existen dos situaciones:

- Necesidades sensoriales, se procurará utilizar en la medida de las posibilidades institucionales elementos materiales, escritos, audiovisuales e informáticos, de acceso al currículo. Incluso, es posible la existencia de un profesor auxiliar especialista en pedagogía terapéutica.
- Diversidad de intereses y/o ritmos en los aprendizajes, se utilizarán actividades de apoyo, refuerzo o ampliación según la situación, estas actividades versan sobre la unidad didáctica y se deben desarrollar en el aula.

La LEA en su Título II, Capítulo I, referente a los principios que orientan el currículo, en su artículo 37 establece:

- *37.d) Permitir una organización flexible, variada e individualizada de la ordenación de los contenidos y de su enseñanza, facilitando la atención a la diversidad como pauta ordinaria de la acción educativa del profesorado.*
- *37.e) Atender las necesidades educativas especiales y la sobredotación intelectual, propiciando adaptaciones curriculares específicas para este alumnado.*

En el Capítulo V del mismo Título, referente a la Formación Profesional y a su diseño curricular, en el artículo 69 recoge *“La Administración Educativa establecerá medidas de acceso al currículo, así como, en su caso, adaptaciones y exenciones del mismo, dirigidas al alumnado con discapacidad que lo precise en función de su grado de minusvalía”*.

Nuestros planteamientos didácticos establecen elementos comunes y metas compartidas proporcionando una educación que pretende dar a cada uno lo que necesita para su desarrollo personal aprovechando y reconociendo las diferencias de nuestros alumnos, es decir, respetando el principio de diversidad.

Nuestra programación tiene en cuenta que no todos los alumnos adquieren al mismo tiempo y con la misma intensidad los contenidos tratados. Por eso la diseñamos de modo que asegure un nivel mínimo para todos los alumnos al final del curso, dando oportunidades para recuperar los conocimientos no adquiridos en su momento.

Para llevar a cabo el desarrollo del tratamiento de la diversidad, es preciso analizar cada caso para aplicar la medida apropiada:

1. Evaluación inicial, por la que se procurará detectar cuál es el problema de aprendizaje concreto que presenta el alumnado y, en función de ello, determinar los objetivos a cubrir por él, con el asesoramiento, en su caso, del equipo de orientación del IES.

2. La propuesta curricular, por la que se trata de poner los medios para lograr los objetivos propuestos en función de la evaluación inicial.

Será necesario utilizar una metodología activa que potencie la participación, proponiendo al alumnado realidades concretas unidas a su entorno, propiciando el trabajo en grupo y favoreciendo su participación en los debates previstos. En todo caso, a la hora de adecuar nuestra didáctica a la diversidad del alumnado tendremos en cuenta lo siguiente:

- Dar prioridad a objetivos y contenidos en función de las capacidades, intereses y motivación de los alumnos.
- Diseñar actividades que tengan diferentes niveles de profundización.
- Procurar actividades diversas para trabajar un mismo contenido.
- Dar prioridad a técnicas y estrategias que favorezcan la experiencia y la reflexión.
- Favorecer el tratamiento globalizado de los contenidos.
- Realizar evaluaciones iniciales ante nuevos procesos de enseñanza-aprendizaje.
- Utilizar instrumentos de evaluación variados en función de las características del alumnado.
- Realizar grupos de trabajo equilibrados en cuanto a capacidades del alumnado se refiere para determinadas actividades prácticas.

10.- MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS.

Para el desarrollo de las actividades que permitan al alumnado la adquisición de las competencias se utilizarán los siguientes recursos:

- Libro de texto: ANIMACIÓN DEL PUNTO DE VENTA. Editorial: Mc Graw Hill
- Revistas y/o vídeos de: Decoración Comercial Escaparatismo y montaje de tiendas, distribución de espacios comerciales, mobiliario comercial, etc.
- Artículos de Revistas diversas sobre visual y merchandising.
- Equipos y Programas informáticos
- Pizarra.
- Pizarra digital
- Proyector.
- Apuntes tomados por los alumnos de la explicación en clase.
- Tutoriales y links de los temas tratados en clase.
- Plataforma Moodle para la realización de algunas actividades.
- Croma Key
- Classroom

11. PROGRAMACIÓN DE AULA. RELA 11. PROGRAMACIÓN DE AULA. RELACIÓN SECUENCIADA DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE

UNIDAD DE APRENDIZAJE Nº 1. PLAN DE MARKETING DIGITAL					
Temporalización: 1º Trim.		Duración: 15 horas			
RA 1: Aplica las directrices del plan de marketing digital de la empresa, participando en su ejecución y sostenimiento.		OBJETIVOS DEL CICLO ASOCIADOS	RESULTADOS DE APRENDIZAJE ASOCIADOS	COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p align="center">UNIDAD APRENDIZAJE Nº 1</p> <p>PLAN DE MARKETING DIGITAL</p> <p>CONTENIDOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> Marketing digital: características, pasos, herramientas, desafíos y logística en el marketing digital. Las relaciones con los clientes: características de un consumidor on-line; la desconfianza entre un comprador y un vendedor; programas de fidelización; herramientas. Confianza en los medios de pago y seguridad: medios de pago más utilizados; sellos de confianza; precauciones en el momento de realizar una compra on-line; fraudes en el momento de realizar una compra on-line; fraudes en internet; obligaciones de los comercios on-line; obligaciones en materia de protección de datos. 		k,l,q,r,s,t	RA1	g,m,n,ñ,o,p	a,b,c,d, e
Nº horas teóricas 5 h	Nº horas prácticas 10 h	Total horas UA1: 15			
ACTIVIDADES ENSEÑANZA / APRENDIZAJE / EVALUACIÓN					
<ul style="list-style-type: none"> - Explicación del profesor. - Utilización pizarra digital y visualización de diapositivas resumen. - Explicación por parte del profesor - Realización de actividades relacionadas con el tema utilizando la plataforma Moodle. - Actividades y casos prácticos a través de la plataforma moodle - Kahoots - Estrellas - Prueba escrita - *** Ver anexo fuera de tablas 					

UNIDAD DE APRENDIZAJE Nº 2 APLICACIÓN DE LAS HERRAMIENTAS DEL MARKETING DIGITAL					
Temporalización: 1º Trim.		Duración: 10 horas			
RA 1: Aplica las directrices del plan de marketing digital de la empresa, participando en su ejecución y sostenimiento.		OBJETIVOS DEL CICLO ASOCIADOS	RESULTADOS DE APRENDIZAJE ASOCIADOS	COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p align="center">UNIDAD APRENDIZAJE Nº 2: APLICACIÓN DE LAS HERRAMIENTAS DEL MARKETING DIGITAL</p> <p>CONTENIDOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marketing en buscadores: SEO; SEM; campañas en las páginas de buscadores afines. • Marketing de afiliación y cross marketing. • Marketing relacional y la gestión de la relación con los clientes • Marketing viral y marketing one to one. • Comunidades virtuales y one-line networking. • RSS (sindicación de contenidos y licencias). • Aplicaciones de marketing móvil y TDT. • Internet TV, videoblogs y web TV • Sistemas de publicidad poco aconsejables. 		k,l,q,r,s,t	RA1	g,m,n,ñ,o,p	b,c,d,f,g
Nº horas teóricas 5h	Nº horas prácticas: 5h	Total horas UA2: 10H			
ACTIVIDADES ENSEÑANZA / APRENDIZAJE / EVALUACIÓN					
<ul style="list-style-type: none"> - Explicación del profesor. - Utilización pizarra digital y visualización de diapositivas resumen. - Búsqueda de las leyes que afectan a las acciones del marketing digital, mediante los buscadores. - Realizar publicidad on line mediante la normativa existente. - Actividades y casos prácticos a través de la plataforma moodle - Kahoots - Estrellas - Prueba escrita - *** Ver anexo fuera de tablas 					

UNIDAD DE APRENDIZAJE Nº 3 DISEÑO DE UNA TIENDA ON-LINE					
Temporalización: 2º Trim.		Duración: 20 horas			
RA2. Realiza las acciones necesarias para efectuar ventas online, aplicando las políticas de comercio electrónico definidas por la empresa.		OBJETIVOS DEL CICLO ASOCIADOS	RESULTADOS DE APRENDIZAJE ASOCIADOS	COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p align="center">UNIDAD APRENDIZAJE Nº 3</p> <p>CÓMO DISEÑAR UNA TIENDA ON-LINE:</p> <p>CONTENIDOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tienda virtual: características y funciones de las tiendas electrónicas; la idea de negocio; catálogo de productos; escaparate web; carrito de compras; control logístico de las mercancías vendidas. • Periodo de reflexión y cancelación: atención al cliente y servicio potventa; la reclamación: • Modelos de negocio electrónico: E-shop; E-mailing; E-procurement; E-marketplace; E-auction. • Tipos de comercio electrónico: Empresa-empresa (B2B); Empresas-clientes (B2C); otros. • Selección y registro de dominio: presencia exclusiva; presencia compartida y páginas web gratuitas. 		k,l,q,r,s,t	RA2	g,m,n,ñ,o,p	a,b,c,d,e,f,g
Nº horas teóricas 4h	Nº horas prácticas: 16h	Total horas UA3: 20			
ACTIVIDADES ENSEÑANZA / APRENDIZAJE / EVALUACIÓN					
<ul style="list-style-type: none"> - Explicación del profesor. - Utilización pizarra digital y visualización de diapositivas resumen. - Establecer e identificar los elementos necesarios para la tienda online. - Registro de dominios - Simular un catálogo electrónico con los elementos necesarios para la venta. - Uso de la plataforma moodle para la realización de las actividades. - Estrellas - Prueba escrita - *** Ver anexo fuera de tablas 					

UNIDAD DE APRENDIZAJE Nº 4 MANTENIMIENTO DE LA PÁGINA WEB (I)					
Temporalización: 2º Trim.		Duración: 10 horas			
RA3. Realiza el mantenimiento de la página web corporativa, la tienda electrónica y el catálogo online, utilizando aplicaciones informáticas y lenguajes específicos.		OBJETIVOS DEL CICLO ASOCIADOS	RESULTADOS DE APRENDIZAJE ASOCIADOS	COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p align="center">UNIDAD APRENDIZAJE Nº 4 MANTENIMIENTO DE LA PÁGINA WEB (I) CONTENIDOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estructurar una página web: tipos de estructuras; clasificación de las páginas web. • Lenguaje HTML: historia y evolución de HTML; crear una página web; notepad. • Creación de página web. • Elección del servidor para alojar páginas web: características de los servidores; tipos de alojamientos web. • Publicación de páginas web vía FTP: filezilla. 		k,l,q,r,s,t	RA3	g,m,n,ñ,o,p	a,c,d,e,f,g
Nº horas teóricas 4h	Nº horas prácticas: 6h	Total horas UA4: 10			
ACTIVIDADES ENSEÑANZA / APRENDIZAJE / EVALUACIÓN					
<ul style="list-style-type: none"> - Explicación del profesor. - Utilización pizarra digital y visualización de diapositivas resumen. - Mediante una plataforma en HTLM analizar y cambiar distintos elementos. - Actividades y casos prácticos a través de la plataforma moodle - Kahoots - Estrellas - Prueba escrita - *** Ver anexo fuera de tablas 					

UNIDAD DE APRENDIZAJE Nº 5 MANTENIMIENTO DE LA PÁGINA WEB (II)					
Temporalización: 3º Trim.		Duración: 10 horas			
RA3. Realiza el mantenimiento de la página web corporativa, la tienda electrónica y el catálogo online, utilizando aplicaciones informáticas y lenguajes específicos.		OBJETIVOS DEL CICLO ASOCIADOS	RESULTADOS DE APRENDIZAJE ASOCIADOS	COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p align="center">UNIDAD DIDÁCTICA Nº 5 MANTENIMIENTO DE LA PÁGINA WEB (II)</p> <p>CONTENIDOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Catálogo on-line: ficha del producto; estructuración; características de un catálogo on-line. • Zona caliente. • Zona de usuario. • Ofertas y promociones. • El carrito de la compra on-line. • Programas de diseño gráfico y otras utilidades. Giimp; Amaya; CompoZer. • Posicionamiento en las redes sociales: Cómo utilizar las redes sociales; cómo crear un banner; características de la publicidad en internet. • Gestor de banners y publicidad: cómo se crea un banner; • Newsletter: servicios gratuitos para gestionar newsletters • Seguridad en internet: riesgos en los sistemas informáticos. 		k,l,q,r,s,t	RA3	g,m,n,ñ,o,p	a,c,d,e,f,g
Nº horas teóricas 4h	Nº horas prácticas: 6h	Total horas UA 5:10 h			
ACTIVIDADES ENSEÑANZA / APRENDIZAJE / EVALUACIÓN					
<ul style="list-style-type: none"> - Explicación del profesor, utilización de proyector y visualización de diapositivas resumen. - Actividades de asimilación de la explicación del profesor a través de la plataforma moodle. - Kahoots - Estrellas - Prueba escrita - *** Ver anexo fuera de tablas 					

UNIDAD DE APRENDIZAJE Nº 6					
RELACIONES CON OTROS USUARIOS DE LA RED					
Temporalización: 1º Trim.		Duración: 10 horas			
RA4. Establece foros de comunicación entre usuarios, utilizando las redes sociales de ámbito empresarial.		OBJETIVOS DEL CICLO ASOCIADOS	RESULTADOS DE APRENDIZAJE ASOCIADOS	COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p style="text-align: center;">UNIDAD APRENDIZAJE Nº 6</p> <p>RELACIONES CON OTROS USUARIOS DE LA RED</p> <p>CONTENIDOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La comunicación on-line • Servicio de mensajería instantánea: aplicaciones de telefonía móvil; telefonía por internet; Los foros. Leer y escribir en un foro. • Los grupos de discusión. • Weblogs, blogs o bitácoras. 		k,l,q,r,s,t	RA4	g,m,n,ñ,o,p	a,b,c,d,e,
Nº horas teóricas 3h	Nº horas prácticas: 7h	Total horas UA6: 10			
ACTIVIDADES ENSEÑANZA / APRENDIZAJE / EVALUACIÓN					
<ul style="list-style-type: none"> - Explicación del profesor. - Utilización pizarra digital y visualización de diapositivas resumen. - Actividades y casos prácticos a través de la plataforma moodle - Realizar un trabajo en equipo, simulando los elementos necesarios para la comunicación entre los distintos miembros del grupo, enviándose datos mediante redes sociales y buscar otros grupos de su interés. - Trabajar y buscar información mediante foros. - Publicar su blog, simulando una empresa. - Kahoots - Estrellas - Prueba escrita // *** Ver anexo fuera de tablas 					

UNIDAD DE APRENDIZAJE Nº 7 REDES SOCIALES					
Temporalización: 1º Trim.		Duración: 10 horas			
RA4. Establece foros de comunicación entre usuarios, utilizando las redes sociales de ámbito empresarial.		OBJETIVOS DEL CICLO ASOCIADOS	RESULTADOS DE APRENDIZAJE ASOCIADOS	COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p align="center">UNIDAD APRENDIZAJE Nº 7</p> <p>REDES SOCIALES:</p> <p>CONTENIDOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Redes sociales: redes sociales para empresa; clasificación; plataforma de las redes sociales. • Añadir elementos en una red social: mensajes en el muro; compartir mensajes; responder y borrar mensajes del muro; crear perfiles; utilizar elementos fotográficos y audiovisuales. • Añadir aplicaciones profesionales: organizar eventos; realizar encuestas. • Cómo buscar un grupo interesante: LinkedIn; cómo unirse a un grupo de Facebook. • Crear una red de contactos influyentes: gestionar equipos de trabajo. • Comprar y vender en las redes sociales: botón comprar. 		k,l,q,r,s,t	RA4	g,m,n,ñ,o,p	a,b
Nº horas teóricas 4h	Nº horas prácticas: 6h	Total horas UA7: 10			
ACTIVIDADES ENSEÑANZA / APRENDIZAJE / EVALUACIÓN					
<p>Explicación del profesor, utilización pizarra digital y visualización de diapositivas resumen.</p> <p>Realizar un trabajo en equipo, simulando los elementos necesarios para la comunicación entre los distintos miembros del grupo, enviándose datos mediante redes sociales y buscar otros grupos de su interés.</p> <p>Trabajar y buscar información mediante foros.</p> <p>Actividades y casos prácticos a través de la plataforma moodle</p> <p>Kahoots</p> <p>Estrellas</p> <p>- Prueba escrita // *** Ver anexo fuera de tablas</p>					

UNIDAD DE APRENDIZAJE Nº 8 UTILIZACIÓN DE ENTORNOS WEB 2.0					
Temporalización: 2º Trim.		Duración: 5 horas			
RA 5: Utiliza entornos de trabajo dirigidos al usuario final (Web 2.0), integrando herramientas informáticas y recursos de Internet .		OBJETIVOS DEL CICLO ASOCIADOS	RESULTADOS DE APRENDIZAJE ASOCIADOS	COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p align="center">UNIDAD APRENDIZAJE Nº 8 UTILIZACIÓN DE ENTORNOS WEB 2.0 CONTENIDOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Web 2.0 concepto, herramientas y características; Objetivos que hay que alcanzar; herramientas del marketing on-line utilizadas en la Web 2.0 • Reputación corporativa on-line: Google • Funcionalidades: opiniones y foros de usuarios. • Fundamentos de los blogs y microblogs • Redes sociales que integran a los consumidores como prescriptores. • Los consumidores como participantes activos. (prosumidores) • Webs integradas: comparadores de precios, webs de subastas; comparadores de precios; webs de subastas. 		k,l,q,r,s,t	RA5	g,m,n,ñ,o,p	a,b,c,d,e,
Nº horas teóricas 2h	Nº horas prácticas: 3h	Total horas UA8: 5			
ACTIVIDADES ENSEÑANZA / APRENDIZAJE / EVALUACIÓN					
<ul style="list-style-type: none"> - Explicación del profesor. - Utilización pizarra digital y visualización de diapositivas resumen. - Realización de tareas para fomentar la presencia de la empresa: en su propia web, en buscadores, redes sociales, blogs, chats y foros, entre otros. - Selección de las acciones necesarias para integrar el comercio electrónico con funcionalidades propias de la web 2.0Actividades y casos prácticos a través de la plataforma moodle - Kahoots - Estrellas Prueba escrita - *** Ver anexo fuera de tabla 					

ANEXO: *Cuando la enseñanza se realice SEMIPRESENCIAL Y TELEMÁTICA,** en el apartado de ACTIVIDADES ENSEÑANZA/APRENDIZAJE/EVALUACIÓN, en todas las unidades didácticas, se utilizará el modelo **Flipped Classroom** : En el modelo "*Flipped*" los alumnos, en casa, a su propio ritmo reciben, a través de diferentes herramientas, los contenidos que asimilan; para luego, en clase, realizar unas actividades de aprendizaje apoyadas por el profesor

12.- PROGRAMACIÓN FORMACIÓN ALUMNOS EN CENTROS DE TRABAJO. FP DUAL

MÓDULO PROFESIONAL DE SERVICIO DE ATENCIÓN COMERCIAL		
FORMACIÓN INICIAL (15 semanas desde el 20 septiembre 2020 a 31 de octubre 2020)		
RESULTADOS DE APRENDIZAJE	ACTIVIDADES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p>RA1. Aplica las directrices del plan de marketing digital de la empresa, participando en su ejecución y sostenimiento.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Búsqueda de las leyes que afectan a las acciones del marketing digital, mediante los buscadores. - Elaboración de un Plan de Marketing digital teniendo en cuenta los pasos, las herramientas, desafíos y logística digital. - Analizar las características específicas del cliente on-line. - Aplicar la normativa sobre comunicaciones electrónicas y privacidad. - Los pagos con dinero electrónico y los pagos en línea y su seguridad. 	<p>a) Se han examinado las características generales y particulares de un plan de marketing digital capaz de alcanzar los objetivos comerciales de la empresa.</p> <p>b) Se han ejecutado los procesos de posicionamiento y marketing online.</p> <p>c) Se han ejecutado los procesos de publicidad y promoción online ajustados a la normativa legal existente.</p> <p>d) Se han identificado los elementos que configuran el marketing de buscadores.</p> <p>e) Se han evaluado los desafíos del marketing electrónico: la confianza en los medios de pago, los problemas logísticos y la seguridad.</p> <p>f) Se han gestionado electrónicamente las relaciones con los clientes, definiendo el programa de delización y las herramientas que se van a utilizar.</p> <p>g) Se han reconocido las nuevas tendencias de comunicación y relación con el cliente en el</p>

		marketing digital.
FORMACIÓN EN ALTERNANCIA EN LA EMPRESA (19 semanas deL 4 de Noviembre aL 12 de Marzo)		
RESULTADOS DE APRENDIZAJE	ACTIVIDADES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
RA2. Realiza las acciones necesarias para efectuar ventas online, aplicando las políticas de comercio electrónico definidas por la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> - Detecta las necesidades de los clientes y satisfacer sus necesidades siguiendo las pautas marcadas por la empresa. - Realiza el seguimiento de la venta on line hasta comprobar la satisfacción de los clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> a) Se han establecido los parámetros necesarios para crear o adaptar un negocio online. b) Se han definido acciones de captación de clientes enfocadas al comercio electrónico. c) Se han identificado los modelos de negocio convencionales y electrónicos existentes en la red. d) Se ha diseñado una tienda virtual. e) Se ha planificado la gestión de los pedidos recibidos y todo el proceso logístico. f) Se han establecido los medios de pago que se van a utilizar. g) Se han seleccionado los sistemas de seguridad que garanticen la privacidad e invulnerabilidad de las operaciones.
FORMACIÓN EN ALTERNANCIA EN EL CENTRO EDUCATIVO (19 semanas de 4 de Noviembre a 12 de Marzo)		
RESULTADOS DE APRENDIZAJE	ACTIVIDADES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
RA2. Realiza las acciones necesarias para efectuar ventas online, aplicando las políticas de comercio		<ul style="list-style-type: none"> a) Se han establecido los parámetros necesarios para crear o adaptar un negocio online. b) Se han definido acciones de captación de

<p>electrónico definidas por la empresa.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Aprende a detectar las necesidades de los clientes y satisfacer sus necesidades siguiendo las pautas marcadas por la empresa. - Aprende a realizar el seguimiento de la venta hasta comprobar la satisfacción de los clientes. 	<p>clientes enfocadas al comercio electrónico.</p> <p>c) Se han identificado los modelos de negocio convencionales y electrónicos existentes en la red.</p> <p>f) Se han establecido los medios de pago que se van a utilizar.</p> <p>g) Se han seleccionado los sistemas de seguridad que garanticen la privacidad e invulnerabilidad de las operaciones.</p>
<p>RA3. Realiza el mantenimiento de la página web corporativa, la tienda electrónica y el catálogo online, utilizando aplicaciones informáticas y lenguajes específicos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar una estructura de una página web corporativa, empleando lenguaje HTML. - Construir una página web eficiente para el comercio electrónico. - Intentar elegir el servidor adecuado para alojar la página web corporativa. - Simular una publicación de página web vía FTP. - Modificación del contenido. - Carrito de la compra on-line - Seleccionar las zonas calientes y las de usuario. - Gestionar los banners y publicidad. 	<p>a) Se han redactado sentencias en lenguaje de etiquetas de hipertexto (HTML). b) Se han utilizado programas comerciales para crear los cheros que componen las páginas web.</p> <p>c) Se ha registrado la dirección de páginas web con dominio propio o con alojamiento gratuito.</p> <p>d) Se han enviado los cheros web creados al servidor de Internet mediante programas especializados en esta tarea.</p> <p>e) Se han utilizado programas específicos de inclusión de textos, imágenes y sonido.</p> <p>f) Se ha construido una página web eficiente para el comercio electrónico.</p> <p>g) Se han incluido en la web enlaces de interés capaces de generar tráfico orientado e interesado en lo que se ofrece.</p>
<p>RA4. Establece foros de comunicación entre</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Analizar los grupos de conversación o chat. 	<p>a) Se han utilizado programas web para mantener</p>

<p>usuarios, utilizando las redes sociales de ámbito empresarial.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Analizarla mensajería instantánea. - Crear un foro en la plataforma moodle y leer y escribir en el foro. - Crear un grupo de discusión. - Weblogs, blogs o bitácoras. 	<p>cibercharlas de texto.</p> <p>b) Se han manejado aplicaciones de mensajería instantánea.</p> <p>c) Se han aplicado sistemas de comunicación oral que utilizan solo sonido o sonido e imagen.</p> <p>d) Se han propuesto temas de contenido profesional a través de blogs temáticos.</p> <p>e) Se han establecido contactos sobre temas concretos a través de blogs temáticos de contenido profesional.</p> <p>f) Se han efectuado comunicaciones, publicidad y ventas con otros usuarios de la red a través de redes sociales.</p> <p>g) Se han generado contenidos audiovisuales y fotográficos de la actividad, productos y procesos comerciales.</p>
<p>RA5. Utiliza entornos de trabajo dirigidos al usuario final (Web 2.0), integrando herramientas informáticas y recursos de Internet.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Definir modelos y funcionalidades de la Web 2.0 - Aplicar resultados obtenidos en el entorno Web 2.0 - Realizar las tareas necesarias para que la empresa esté presente no sólo en su sitio web, sino también en buscadores, redes sociales, blogs, chats, foros, etc. - Realizar selecciones de acciones necesarias para integrar las funciones de la Web 2.0 en el comercio electrónico. 	<p>a) Se han definido los modelos y funcionalidades Web 2.0. existentes en la red.</p> <p>b) Se han utilizado los recursos gratuitos y libres incluidos en los sitios Web 2.0.</p> <p>c) Se han aplicado los resultados obtenidos en el entorno Web 2.0 mediante la información (feedback) proporcionada por los usuarios.</p> <p>d) Se han realizado las tareas necesarias para que la empresa esté presente, además de en su propio sitio web, en buscadores, redes sociales, blogs y chats y foros, entre otros.</p> <p>e) Se han seleccionado las acciones necesarias para</p>

		integrar el comercio electrónico con funcionalidades propias de la Web 2.0.
--	--	---

12.1.- Calendario de formación en Centros de Trabajo alumnos 2º FP dual

Curso	Días de la semana en la empresa	Periodo Desde-Hasta	Horas Desde-Hasta	Nº de jornadas totales	Nº de horas totales
2º F.P.I.G.M. (Actividades Comerciales)	Miércoles	04/11/2020 al 12/03/2021	9:00h a 15:00h	19	114
2º F.P.I.G.M. (Actividades Comerciales)	Jueves y viernes	04/11/2020 al 12/03/2021	16:00h a 22:00h	38	228

Los alumnos de segundo curso realizarán su formación en la empresa en 2 tardes (jueves y viernes) y 1 mañana (miércoles), en un horario comprendido entre las 7.00 y las 22.00 horas, (proponiendo a las empresas el horario descrito en la tabla anterior), realizando jornadas de 6 horas/día. En el caso de que algún alumno, por trabajo u otro motivo justificado, no pueda realizar la formación en horario de tarde, realizará únicamente jornadas de mañana. Los alumnos no podrán realizar bajo ningún concepto jornadas superiores a 8 horas.

ANEXO I

RESULTADO APRENDIZAJE 1							
RA %	UA Denominación	Instrumentos de Evaluación	% IE	Actividad Moodle	CE	%	
RA1 20%	UA1 10% PLAN DE MARKETING DIGITAL: RELACIÓN CON CLIENTES Y SEGURIDAD EN EL PAGO.	ACTIVIDADES MOODLE <i>(a modo de ejemplo se han seleccionado 5 actividades, se podrán realizar más actividades con diferentes recorridos para cada alumno en función de sus resultados, cada actividad tendrá un valor de 10 y se ponderará dependiendo del número de actividades realizadas).</i>	50	ACT1 RA1	a, b, c, d, e, f, g	10%	
				ACT 2 RA1	a, b, c, d, e, f, g	10%	
				CA1 RA1	a, b, c, d, e, f, g	10%	
				CA2 RA1	a, b, c, d, e, f, g	10%	
				CA3 RA1	a, b, c, d, e, f, g	10%	
		PRUEBA ESCRITA		50	Prueba escrita UA especificando la valoración de cada una de las preguntas que recogen los CE	a, b, c, d, e, f, g	50%
	UA2 10% APLICACIÓN DE LAS HERRAMIENTAS DE MARKETING DIGITAL	ACTIVIDADES MOODLE <i>(a modo de ejemplo se han seleccionado 5 actividades, se podrán realizar más actividades con diferentes recorridos para cada alumno en función de sus resultados, cada actividad tendrá un valor de 10 y se ponderará dependiendo del número de actividades realizadas).</i>	50	ACT1 RA1	a, b, c, d, e, f, g	10%	
				ACT 2 RA1	a, b, c, d, e, f, g	10%	
				CA1 y CA2 RA1	a, b, c, d, e, f, g	10%	
				CA3 RA1	a, b, c, d, e, f, g	10%	
CA4 RA1				a, b, c, d, e, f, g	10%		
	PRUEBA ESCRITA		50	Prueba escrita UA especificando la valoración de cada una de las preguntas que recogen los CE	a, b, c, d, e, f, g	50%	

RESULTADO APRENDIZAJE 2						
RA %	UA Denominación	Instrumentos de Evaluación	% IE	Actividad Moodle Nº	CE	%
RA2 20%	UA3 20% DISEÑO DE TIENDA VIRTUAL. MODELOS DE NEGOCIO ELECTRÓNICO. SELECCIÓN Y REGISTRO DE DOMINIO.	ACTIVIDADES MOODLE <i>(a modo de ejemplo se han seleccionado 5 actividades, se podrán realizar más actividades con diferentes recorridos para cada alumno en función de sus resultados, cada actividad tendrá un valor de 10 y se ponderará dependiendo del número de actividades realizadas).</i>	50	CA1 RA2	a, b, c, d, e, f, g	10%
				CA2 RA2	a, b, c, d, e, f, g	10%
				CA3 RA2	a, b, c, d, e, f, g	10%
				CA4 RA2	a, b, c, d, e, f, g	10%
				CA5 y CA6 RA2	a, b, c, d, e, f, g	10%
		PRUEBA ESCRITA	50	Se realizará una prueba escrita donde vendrá especificada la valoración de cada una de las preguntas que recogen los CE	a, b, c, d, e, f, g,	50%

RESULTADO APRENDIZAJE 3						
RA %	UA Denominación	Instrumentos de Evaluación	% IE		CE	%
RA3 20%	UA4 10% MANTENIMIENTO DE UNA PÁGINA WEB DE TIENDA VIRTUAL (I).	ACTIVIDADES MOODLE <i>(a modo de ejemplo se han seleccionado 5 actividades, se podrán realizar más actividades con diferentes recorridos para cada alumno en función de sus resultados, cada actividad tendrá un valor de 10 y se ponderará dependiendo del número de actividades realizadas).</i>	50	CA1 RA3	a, b, c, d, e, f, g	10%
				CA2 RA3	a, b, c, d, e, f, g	10%
				CA3 RA3	a, b, c, d, e, f, g	10%
				CA4 RA3	a, b, c, d, e, f, g	10%
				ACT GRUPAL RA3	a, b, c, d, e, f, g	10%
		PRUEBA ESCRITA	50	Se realizará una prueba escrita donde vendrá especificada la valoración de cada una de las	a, b, c, d, e, f, g	50%




	UA5 10% MANTENIMIENTO DE UNA PÁGINA WEB DE TIENDA VIRTUAL (II).	ACTIVIDADES MOODLE <i>(a modo de ejemplo se han seleccionado 5 actividades, se podrán realizar más actividades con diferentes recorridos para cada alumno en función de sus resultados, cada actividad tendrá un valor de 10 y se ponderará dependiendo del número de actividades realizadas).</i>	50	preguntas que recogen los CE		
				ACT1 RA3	a, b, c, d, e, f, g	10%
				ACT2 RA3	a, b, c, d, e, f, g	10%
				CA1 RA3	a, b, c, d, e, f, g	10%
				CA2 RA3	a, b, c, d, e, f, g	10%
		ACT GRUPAL RA3	a, b, c, d, e, f, g	10%		
		PRUEBA ESCRITA	50	Se realizará una prueba escrita donde vendrá especificada la valoración de cada una de las preguntas que recogen los CE	a, b, c, d, e, f, g	50%

RESULTADO APRENDIZAJE 4						
RA %	UA Denominación	Instrumentos de Evaluación	% IE		CE	%
RA4 20%	UA6 10% RELACIÓN CON OTROS USUARIOS DE LA RED.	ACTIVIDADES MOODLE <i>(a modo de ejemplo se han seleccionado 5 actividades, se podrán realizar más actividades con diferentes recorridos para cada alumno en función de sus resultados, cada actividad tendrá un valor de 10 y se ponderará dependiendo del número de actividades realizadas).</i>	50	CA1 RA4	a, b, c, d, e, f, g	10%
				CA2 RA4	a, b, c, d, e, f, g	10%
				CA3 RA4	a, b, c, d, e, f, g	10%
				CA4 RA4	a, b, c, d, e, f, g	10%
				CA5 RA4	a, b, c, d, e, f, g	10%
			PRUEBA ESCRITA	50	Se realizará una prueba escrita donde vendrá especificada la valoración de cada una de las preguntas que recogen los CE .	a, b, c, d, e, f, g
	UA7 10%	ACTIVIDADES MOODL ACTIVIDADES MOODLE	50	CA1 RA4	a, b, c, d, e, f, g	10%

	REDES SOCIALES	<i>(a modo de ejemplo se han seleccionado 5 actividades, se podrán realizar más actividades con diferentes recorridos para cada alumno en función de sus resultados, cada actividad tendrá un valor de 10 y se ponderará dependiendo del número de actividades realizadas).E</i>		CA2 RA4	a, b, c, d, e, f, g	10%
				CA3 RA4	a, b, c, d, e, f, g	10%
				ACT GRUPAL 1 RA4	a, b, c, d, e, f, g	10%
				ACT GRUPAL 2RA4	a, b, c, d, e, f, g	10%
			PRUEBA ESCRITA	50	Se realizará una prueba escrita donde vendrá especificada la valoración de cada una de las preguntas que recogen los CE .	a, b, c, d, e, f, g

RESULTADO APRENDIZAJE 5						
RA %	UA Denominación	Instrumentos de Evaluación	% IE	Actividad Moodle Nº	CE	%
RA5 20%	UA8 10% UTILIZACIÓN DE LA WEB 2.0 E INTEGRACIÓN DE LOS CONSUMIDO-RES	ACTIVIDADES MOODLE <i>(a modo de ejemplo se han seleccionado 5 actividades, se podrán realizar más actividades con diferentes recorridos para cada alumno en función de sus resultados, cada actividad tendrá un valor de 10 y se ponderará dependiendo del número de actividades realizadas).</i>	50	CA1 RA5	a, b, c, d, e,	10%
				CA2 RA5	a, b, c, d, e,	10%
				CA3 RA5	a, b, c, d, e,	10%
				ACT GRUPAL 1 RA5	a, b,c,d,e,	10%
				ACT GRUPAL 2 RA5	a, b,c,d,e,	10%
			PRUEBA ESCRITA	50	Se realizará una prueba escrita donde vendrá especificada la valoración de cada una de las preguntas que recogen los CE	a, b, c, d, e,

ANEXO III: Rúbrica exposiciones orales

	<p>RÚBRICA DE EVALUACIÓN DE EXPOSICIONES ORALES</p>	 <p>JUNTA DE ANDALUCÍA CONSEJERÍA DE TURISMO, COMERCIO Y DEPORTE</p>	 <p>UNIÓN EUROPEA Fondo Social Europeo El FSE invierte en tu futuro</p>
---	--	--	--

RÚBRICA DE EVALUACIÓN DE EXPOSICIONES ORALES			
FECHA:		GRUPO:	
NOMBRE DEL ALUMNADO QUE REALIZA LA EXPOSICIÓN			
TEMA DE LA EXPOSICIÓN			

0=Mal 1=Bien 2=Muy bien 4=Excelente

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN EXPOSICIÓN ORAL		0	1	2	3	4	TOTAL SOBRE 10
ESTILO 40%	Lenguaje verbal	Tono					
		Ritmo					
		Vocabulario específico					
		Vocalización					
		Pausas					
	Lenguaje no verbal	Gesticulación					
		Contacto Visual					
		Movimiento Corporal					
	Dinamización	Propicia la gesticulación activa					
		Controla la participación ordenada					
		Escucha y responde preguntas					
		Es ameno					
Refuerza al alumnado							
CONTENIDO Y ESTRUCTURA 60%	Fase Inicial	Presenta un Plan de Exposición					
		Contextualia el tema					
		Realiza un tema general					
		Motiva al alumnado					
	Fase de desarrollo	Expone con claridad los conceptos					
		Usa adecuadamente recursos					
		Propone feedback					
	Fase Final	Sintetiza los conceptos Básicos					
		Comprueba la asimilación de contenidos					
Cumple con el plan previsto al inicio							
Media TOTAL sobre 10							

TOTAL sobre 10: para 0 es 0; para 1 es 2,5; para 2 es 5; para 3 es 7,5 y para 4 es 10

ANEXO V (b): RÚBRICA ACTIVIDADES MOODLE

ACTIVIDADES DE LA MOODLE COMERCIO ELECTRONICO 1º EVALUACION												
UNIDAD DE APRENDIZAJE 1. RA1.			CRITERIOS DE EVALUACIÓN: a, b, c, d, e									
Nombre	Apellido(s)	Número de ID	CA1 UT1	CA2 UT1	CA UT2	CA UT6	ACT UT6	ACT DE CLASE	ACT DE CLASE	CA UT7	ACT UT7	TOTAL 20%
Noelia	xxxxxxx	---	0,11	0,11	0,11	0,11	0,11	0,11	0,11	0,11	0,11	0,99
Pablo	xxxxxxx	---	0,11	0,11	0,11	0,11	0,22	0	0,11	0,22	0,11	1,1
Lorena	xxxxxxx	---	0,11	0,22	0,22	0,22	0,22	0,11	0,22	0,22	0,11	1,65
Jessica	xxxxxxx	---	0,11	0,22	0,11	0	0,11	0,11	0	0,11	0,11	0,88
Carolina	xxxxxxx	---	0,11	0,22	0,11	0,11	0,11	0,11	0,22	0,22	0,11	1,32
Francesco	xxxxxxx	---	0,11	0,22	0,11	0,22	0,22	0,11	0,11	0,22	0,11	1,43
Roberto	xxxxxxx	---	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Luis Ángel	xxxxxxx	---	0,11	0,11	0,11	0,11	0,11	0,11	0,11	0	0,11	0,88
Lucía	xxxxxxx	---	0,11	0,22	0,22	0,22	0,11	0,11	0,22	0,22	0,22	1,65
Jamaica	xxxxxxx	---	0,11	0,22	0,11	0,22	0	0,11	0	0,11	0,11	0,99
Cristina	xxxxxxx	---	0,11	0,11	0,11	0,11	0,11	0,11	0,11	0,11	0	0,88
Nicolás	xxxxxxx	---	0,11	0,11	0,11	0	0	0,11	0,11	0,11	0,11	0,77
Marina	xxxxxxx	---	0,11	0,22	0,22	0,22	0,22	0,11	0,22	0,22	0,22	1,76

sup lo esperado	0,22	0,66 dual
Satisfactorio	0,11	0,33 dual
No satisfactorio	0	0
No Presentado	0	0

ANEXO VI: MODELO RÚBRICA KAHOOT

KAHOOT DINAMIZACIÓN COMERCIO ELECTRÓNICO. UA1. RA1. CE a),b),c)d) e)			
Final Scores			
Rank	Players	Correct Answers	Incorrect Answers
1	Francesco	14	0
2	Lorena	13	1
3	Marina	13	1
4	Nacho	13	1
5	Jessica	12	2

6	Jaime	12	2
7	Cristina Randal	11	3
8	carolina Galan	11	3
9	Luis	11	3
10	Jamaica	11	3
11	Noelia Bazán	11	3
12	Pablo	7	7

kahoot 1 puntúa calificado con 5 o más