

1. Identificación da programación
Centro educativo

Código	Centro	Concello	Ano académico
36011579	A Guía	Vigo	2023/2024

Ciclo formativo

Código da familia profesional	Familia profesional	Código do ciclo formativo	Ciclo formativo	Grao	Réxime
COM	Comercio e márketing	CSCOM02	Comercio internacional	Ciclos formativos de grao superior	Réxime de proba libre

Módulo profesional e unidades formativas de menor duración (*)

Código MP/UF	Nome	Curso	Sesións semanais	Horas anuais	Sesións anuais
MP0827	Comercio dixital internacional	2023/2024	0	105	0

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

Profesorado responsable

Profesorado asignado ao módulo	ALFONSO GARCÍA CUMPLIDO, YAGO SAURA CAMBEIRO
Outro profesorado	

Estado: Pendente de supervisión inspector

2. Resultados de aprendizaxe e criterios de avaliación

2.1. Primeira parte da proba

2.1.1. Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultados de aprendizaxe do currículo
RA1 - Realiza as tarefas básicas necesarias para utilizar a rede internet enfocando o seu uso como unha canle de promoción internacional da empresa
RA2 - Xestiona servizos e protocolos de internet manexando programas de correo electrónico, transferencia de ficheiros, foros internacionais de comunicación e redes sociais
RA3 - Define a política de comercio electrónico da empresa, establecendo as accións necesarias para efectuar vendas internacionais en liña
RA4 - Realiza de xeito telemático a facturación electrónica e outras tarefas administrativas propias do comercio internacional, utilizando en cada caso o software específico
RA5 - Elabora o plan de márketing dixital internacional deseñando as políticas específicas que deban desenvolverse

2.1.2. Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos resultados de aprendizaxe por parte do alumnado

Criterios de avaliación do currículo
CA1.1 Identifícanse os conceptos esenciais de funcionamento e uso da rede a nivel internacional
CA1.2 Avaliáronse os sistemas de conexión á rede
CA1.4 Comprobáronse as características propias das intranets e as extranets
CA1.5 Utilizáronse os principais programas navegadores para se mover pola rede
CA1.7 Utilizáronse buscadores especializados por temas e outras aplicacións de procura avanzada
CA2.1 Identifícanse os elementos que configuran o correo electrónico
CA2.4 Identificouse o protocolo de rede para a transferencia de ficheiros (FTP) desde un equipamento cliente a un servidor

Crterios de avaliación do currículo
CA3.1 Establecéronse os parámetros necesarios para crear ou adaptar un negocio en liña internacional
CA3.2 Definíronse accións de captación enfocadas ao comercio electrónico internacional
CA3.3 Recoñecéronse os modelos de negocio existentes na rede
CA3.6 Establecéronse os medios de pagamento internacionais que se vaian utilizar
CA3.7 Seleccionáronse os sistemas de seguridade que garantan a privacidade e a invulnerabilidade das operacións
CA3.8 Identificáronse os tipos de negocios electrónicos existentes
CA4.1 Identificáronse os formatos electrónicos de factura (EDIFACT, XML, pdf, html, doc, xls, gif, jpeg, txt, etc.)
CA4.2 Estableceuse a transmisión telemática entre computadores
CA4.3 Garantiuse a integridade e a autenticidade das transmisións telemáticas a través dunha sinatura electrónica recoñecida
CA4.6 Identificáronse os programas prexudiciais para a seguridade e a integridade dos datos almacenados nos equipamentos informáticos
CA5.1 Confeccionouse un plan de márketing dixital internacional capaz de alcanzar os obxectivos comerciais da empresa no exterior
CA5.2 Definíronse os procesos de posicionamento e márketing en liña internacional
CA5.3 Fixáronse as normas que haxa que cumprir para realizar a publicidade e a promoción en liña no ámbito internacional
CA5.4 Identificáronse os elementos que configuran o márketing internacional de buscadores
CA5.5 Avaliáronse os desafíos do márketing electrónico internacional: confianza nos medios de pagamento, problemas loxísticos e seguridade

2.2. Segunda parte da proba
2.2.1. Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultados de aprendizaxe do currículo
RA1 - Realiza as tarefas básicas necesarias para utilizar a rede internet enfocando o seu uso como unha canle de promoción internacional da empresa
RA2 - Xestiona servizos e protocolos de internet manexando programas de correo electrónico, transferencia de ficheiros, foros internacionais de comunicación e redes sociais
RA3 - Define a política de comercio electrónico da empresa, establecendo as accións necesarias para efectuar vendas internacionais en liña
RA4 - Realiza de xeito telemático a facturación electrónica e outras tarefas administrativas propias do comercio internacional, utilizando en cada caso o software específico
RA5 - Elabora o plan de márketing dixital internacional deseñando as políticas específicas que deban desenvolverse

2.2.2. Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos resultados de aprendizaxe por parte do alumnado

Criterios de avaliación do currículo
CA1.3 Configurouse o acceso ao sistema informático na rede
CA1.5 Utilizáronse os principais programas navegadores para se mover pola rede
CA1.6 Realizáronse procuras selectivas de información mediante aplicacións específicas
CA1.7 Utilizáronse buscadores especializados por temas e outras aplicacións de procura avanzada
CA2.2 Utilizouse o correo electrónico directamente desde a web
CA2.3 Utilizáronse programas de cliente de correo electrónico para xestionar o envío e a recepción de mensaxes
CA2.5 Compartíronse ficheiros a través dunha rede de computadores entre iguais (P2P)
CA2.6 Establecéronse contactos con outros usuarios da rede a través de foros internacionais de debate e opinión
CA2.7 Establecéronse contactos internacionais sobre temas concretos a través de blogs temáticos de contido profesional

Cráterios de avaliación do currículo
CA2.8 Realizáronse comunicacións con usuarios internacionais da rede a través de redes sociais
CA3.4 Xestionouse unha tenda virtual de ámbito nacional e/ou internacional
CA3.5 Planificouse a xestión dos pedidos recibidos e todo o proceso loxístico
CA3.6 Establecéronse os medios de pagamento internacionais que se vaian utilizar
CA4.2 Estableceuse a transmisión telemática entre computadores
CA4.4 Utilizáronse aplicacións específicas de emisión de facturas electrónicas
CA4.5 Realizáronse tarefas administrativas en liña con organismos públicos e privados de ámbito nacional e internacional
CA4.7 Puxéronse en práctica as barreiras de seguridade necesarias para salvagardar a información almacenada
CA5.1 Confeccionouse un plan de márketing dixital internacional capaz de alcanzar os obxectivos comerciais da empresa no exterior
CA5.6 Xestionáronse electronicamente as relacións coa clientela internacional, definindo claramente o programa de fidelización e as ferramentas que se vaian utilizar
CA5.7 Recoñecéronse as novas tendencias de comunicación e de relación coa clientela no márketing dixital internacional
CA5.8 Realizáronse accións de márketing internacional por medio de dispositivos móbiles

3. Mínimos exixibles para alcanzar a avaliación positiva e os criterios de cualificación

De acordo co establecido no artigo 13 da Orde de 5 de abril de 2013 pola que se regulan as probas para a obtención dos títulos de técnico e técnico superior de ciclos formativos de FP dos establecidos o amparo da Ley Orgánica 2/2006, de 3 de maio, de educación, as probas constarán de dúas partes, una teórica e outra práctica.

Todos os elementos curriculares (resultados de aprendizaxes, criterios de avaliación e bloques de contidos asociados) deste módulo son mínimos exixibles e poden ser preguntados en calquera das partes da proba.

Hai que ter en conta que para poder realizar a proba práctica, terá que ser superada previamente a parte teórica.

Para obter unha avaliación positiva é preciso superar cada unha das partes con 5 puntos sobre 10 como mínimo.

A cualificación final realizarase mediante a media aritmética das dúas cualificacións, teórica e práctica, sempre que se superen as dúas partes da proba.

4. Características da proba e instrumentos para o seu desenvolvemento

4.a) Primeira parte da proba

Constará como máximo de 50 preguntas, cunha ou varias respostas válidas (se a pregunta ten varias respostas válidas indicárase no enunciado), sobre os contidos teóricos do módulo.

Esta primeira parte da proba será puntuada de 0 a 10 puntos onde cada pregunta ben contestada vale 0,2 puntos, as mal contestadas penalizan e restan 0,1 puntos e as non contestadas non penalizan.

A cualificación desta parte da proba calcularase do seguinte xeito: (suma de puntos das preguntas ben contestadas - suma de puntos das preguntas que penalizan).

É necesario obter un mínimo de 5 puntos nesta proba para que poida contabilizarse na media coa parte práctica do módulo.

A nota final obterase da media das dúas partes da proba, sempre que se acade un mínimo dun 5 en cada unha delas.

4.b) Segunda parte da proba

Consistirá no desenvolvemento dun máximo de ata cinco casos prácticos que poderán versar sobre:

Os plans de marketing

O internet

As ferramentas de comunicación

Os elementos do comercio electrónico

A factura electrónica

A seguridade na rede

Esta segunda parte da proba será puntuada de 0 a 10 puntos.

Para a súa superación as persoas candidatas deberán obter unha puntuación igual ou superior a 5 puntos.



Os cálculos serán corrixidos seguindo padróns de corrección e listas de cotexo onde se incluírán as secuencias dos cálculos e a súa valoración para obter o total da cualificación.

- No resto de cuestións prácticas que impliquen análise e valoración de resultados obtidos, serán corrixidas cunha rúbrica adaptada a cada cuestión concreta cos seguintes niveis de logro: completo/excelente 100% da cualificación do indicador de que se trate; case completo/bo 75%; aceptable (mínimo) 50% e insuficiente do 0% ao 40%.

A nota final do módulo obterase da media resultante da primeira e segunda parte da proba, sempre que en cada unha delas se acade un mínimo dun 5.