

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	CMCOM01	Actividades comerciais	Ciclos formativos de grao medio	Réxime de proba libre

Módulo profesional e unidades formativas de menor duración (*)

Código MP/UF	Nome	Curso	Sesións semanais	Horas anuais	Sesións anuais
MP1235	Comercio electrónico	2023/2024	0	123	0
MP1235_12	Comunicación, promoción e redes sociais	2023/2024	0	80	0
MP1235_22	Venda en liña	2023/2024	0	43	0

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

Profesorado responsable

Profesorado asignado ao módulo	SALOMÉ TEJO FUENTES
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
(MP1235_22) RA1 - Realiza as accións necesarias para efectuar vendas en liña, aplicando as políticas de comercio electrónico definidas pola empresa
(MP1235_12) RA1 - Aplica as directrices do plan de márketing dixital da empresa, participando na súa execución e na súa sustentación
(MP1235_12) RA2 - Realiza o mantemento da páxina web corporativa, a tenda electrónica e o catálogo en liña, utilizando aplicacións informáticas e linguaxes específicas
(MP1235_12) RA3 - Establece foros de comunicación entre persoas usuarias, utilizando as redes sociais de ámbito empresarial
(MP1235_12) RA4 - Utiliza contornos de traballo dirixidos ao usuario final (Web 2.0), integrando ferramentas informáticas e recursos de internet

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
(MP1235_12) CA1.1 Examináronse as características xerais e particulares dun plan de márketing dixital capaz de alcanzar os obxectivos comerciais da empresa
(MP1235_22) CA1.1 Establecéronse os parámetros necesarios para crear ou adaptar un negocio en liña
(MP1235_12) CA1.2 Executáronse os procesos de posicionamento e márketing en liña
(MP1235_22) CA1.2 Definíronse accións de captación de clientela enfocadas ao comercio electrónico
(MP1235_12) CA1.3 Executáronse os procesos de publicidade e promoción en liña axustados á normativa legal
(MP1235_22) CA1.3 Identificáronse os modelos de negocio convencionais e electrónicos existentes na rede
(MP1235_12) CA1.4 Identificáronse os elementos que configuran o márketing de buscadores

Criterios de avaliación do currículo
(MP1235_12) CA1.5 Avaliáronse os desafíos do márketing electrónico: confianza nos medios de pagamento, problemas loxísticos e seguridade
(MP1235_12) CA1.7 Recoñecéronse as novas tendencias de comunicación e relación coa clientela no márketing dixital
(MP1235_22) CA1.7 Seleccionáronse os sistemas de seguridade que garantan a privacidade e a invulnerabilidade das operacións
(MP1235_12) CA2.1 Redactáronse sentencias en linguaxe de etiquetas de hipertexto (HTML)
(MP1235_12) CA3.1 Utilizáronse programas web para manter conversas de texto
(MP1235_12) CA3.3 Aplicáronse sistemas de comunicación oral que utilizan só son, ou son e imaxe
(MP1235_12) CA3.4 Propuxéronse temas de contido profesional a través de blogs temáticos
(MP1235_12) CA3.7 Xeráronse contidos audiovisuais e fotográficos da actividade, produtos e procesos comerciais
(MP1235_12) CA4.1 Definíronse os modelos e funcionalidades Web 2.0. existentes na rede
(MP1235_12) CA4.3 Aplicáronse os resultados obtidos no contorno Web 2.0 mediante a información proporcionada polas persoas usuarias
(MP1235_12) CA4.4 Realizáronse as tarefas necesarias para que a empresa estea presente, ademais de no seu propio sitio web, en buscadores, redes sociais, blogs, chats, foros, etc
(MP1235_12) CA4.5 Seleccionáronse as accións necesarias para integrar o comercio electrónico con funcionalidades propias da Web 2.0

2.2. Segunda parte da proba

2.2.1. Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultados de aprendizaxe do currículo
(MP1235_22) RA1 - Realiza as accións necesarias para efectuar vendas en liña, aplicando as políticas de comercio electrónico definidas pola empresa
(MP1235_12) RA1 - Aplica as directrices do plan de márketing dixital da empresa, participando na súa execución e na súa sustentación
(MP1235_12) RA2 - Realiza o mantemento da páxina web corporativa, a tenda electrónica e o catálogo en liña, utilizando aplicacións informáticas e linguaxes específicas
(MP1235_12) RA3 - Establece foros de comunicación entre persoas usuarias, utilizando as redes sociais de ámbito empresarial

Resultados de aprendizaxe do currículo

(MP1235_12) RA4 - Utiliza contornos de traballo dirixidos ao usuario final (Web 2.0), integrando ferramentas informáticas e recursos de internet

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

(MP1235_12) CA1.2 Executáronse os procesos de posicionamento e márketing en liña

(MP1235_22) CA1.4 Deseñouse unha tenda virtual

(MP1235_22) CA1.5 Planificouse a xestión dos pedidos recibidos e todo o proceso loxístico

(MP1235_12) CA1.6 Xestionáronse electronicamente as relacións coa clientela, definindo o programa de fidelización e as ferramentas que se vaian utilizar

(MP1235_22) CA1.6 Establecéronse os medios de pagamento que se vaian utilizar

(MP1235_12) CA1.7 Recoñecéronse as novas tendencias de comunicación e relación coa clientela no márketing dixital

(MP1235_12) CA2.1 Redactáronse sentencias en linguaxe de etiquetas de hipertexto (HTML)

(MP1235_12) CA2.2 Utilizáronse programas comerciais para crear os ficheiros que compoñen as páxinas web

(MP1235_12) CA2.3 Rexistrouse o enderezo de páxinas web con dominio propio ou con aloxamento gratuito

(MP1235_12) CA2.4 Enviáronse os ficheiros web creados ao servidor de internet mediante programas especializados nesta tarefa

(MP1235_12) CA2.5 Utilizáronse programas específicos de inclusión de textos, imaxes e son

(MP1235_12) CA2.6 Construíuse unha páxina web eficiente para o comercio electrónico

Criterios de avaliación do currículo
(MP1235_12) CA2.7 Incluíronse na web ligazóns de interese capaces de xerar tráfico orientado e interesado no que se ofrece
(MP1235_12) CA3.1 Utilizáronse programas web para manter conversas de texto
(MP1235_12) CA3.2 Manexáronse aplicacións de mensaxaría instantánea
(MP1235_12) CA3.3 Aplicáronse sistemas de comunicación oral que utilizan só son, ou son e imaxe
(MP1235_12) CA3.4 Propuxéronse temas de contido profesional a través de blogs temáticos
(MP1235_12) CA3.5 Establecéronse contactos sobre temas concretos a través de blogs temáticos de contido profesional
(MP1235_12) CA3.6 Efectuáronse comunicacións, publicidade e vendas con outras persoas usuarias da rede a través de redes sociais
(MP1235_12) CA3.7 Xeráronse contidos audiovisuais e fotográficos da actividade, produtos e procesos comerciais
(MP1235_12) CA4.2 Utilizáronse os recursos gratuítos e libres incluídos nos sitios Web 2.0
(MP1235_12) CA4.3 Aplicáronse os resultados obtidos no contorno Web 2.0 mediante a información proporcionada polas persoas usuarias
(MP1235_12) CA4.4 Realizáronse as tarefas necesarias para que a empresa estea presente, ademais de no seu propio sitio web, en buscadores, redes sociais, blogs, chats, foros, etc

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

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. Para obter unha avaliación positiva é preciso superar cada unha das partes con 5 puntos sobre 10 como mínimo. A cualificación final, sempre que estean aprobadas as dúas partes da proba, realizarase mediante unha media aritmética das dúas cualificacións, teórica e práctica.

O enunciado da proba conterá unha cabeceira coa información do tipo de proba (por exemplo: parte teórica proba libre) a data de realización e aquelas cuestións que se consideren precisas para un bo desenvolvemento das mesmas (normas de actuación, material a utilizar, tempo máximo de duración, etc...).

Todas as partes da proba especificarán en cada cuestión a desenvolver, a puntuación máxima que se obterá.

Primeira parte da proba. Parte teórica:

Conterá un número significativo de cuestións dos RAs correspondentes aos contidos teóricos do módulo que acredite o coñecemento dos mesmos divididos en cuestións a desenvolver e/ou cuestións tipo test:

- As cuestións a desenvolver se corrixirán seguindo un padrón de corrección onde a cualificación valorarase do seguinte xeito: pregunta completa 100% da cualificación, pregunta case completa 75% da cualificación, pregunta aceptable (mínimo) 50% da cualificación, pregunta incompleta 25% da cualificación, pregunta moi incompleta 5% da cualificación.
- As cuestións tipo test valerán cada unha 10 dividido polo número delas. As cuestións mal respondidas penalizarán e o xeito de penalización estará explicado no enunciado desta parte da proba.
- Se houberse dos dous tipos de cuestións na parte teórica da proba, ponderarían do seguinte xeito: 60% cuestións a desenvolver e 40% tipo test. Se só houberse dun tipo de cuestións primarían as cuestións a desenvolver cun 100% da cualificación segundo o resultado da corrección.

Segunda parte da proba. Parte práctica:

Conterá un número significativo de cuestións dos RAs correspondentes aos contidos prácticos do módulo que acredite o coñecemento dos mesmos divididos en exercicios prácticos de varios tipos que poden conter cálculos, casos de estudo, etc...

- 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 se darán instrucións sobre os apartados a desenvolver e a cualificación de cada un deles. Serán corrixidos 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%.

4. Características da proba e instrumentos para o seu desenvolvemento

4.a) Primeira parte da proba

Constará de 10 preguntas a desenvolver e/ou dun número significativo de cuestións tipo test sobre os contidos teóricos do módulo dos seguintes contidos teóricos do módulo:

- Plan de márketing dixital
- Características específicas da clientela en liña
- Normativa sobre comunicacións electrónicas e privacidade
- Medios de pago electrónico
- Marketing de afiliación, marketing relacional e marketing viral
- Marketing en buscadores: SEO e SEM e campañas en páxinas afíns
- Catálogo en liña
- Redes sociais



- A web 2.0

4.b) Segunda parte da proba

Consistirá no desenvolvemento de cinco casos prácticos que versarán sobre unha mostra suficientemente significativa dos criterios de avaliación establecidos na programación para esta parte.

Esta segunda parte da proba será puntuada de cero a dez puntos.

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