

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	CMCOM02	Comercialización de produtos alimentarios	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
MP1613	Comercio electrónico en negocios alimentarios	2023/2024	0	133	0
MP1613_12	Planificación e estratexias de márketing dixital en negocios alimentarios	2023/2024	0	33	0
MP1613_22	Constitución, xestión, mantemento e valoración do comercio en liña de produtos ali-mentarios	2023/2024	0	100	0

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

Profesorado responsable

Profesorado asignado ao módulo	OLGA REBOREDO MIGUÉLEZ
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
(MP1613_12) RA1 - Elabora plans de comercio electrónico en establecementos alimentarios, tendo en conta as novas formas de relación co público obxectivo e as estratexias dixitais existentes
(MP1613_22) RA1 - Constitúe unha tenda en liña de produtos alimentarios, aplicando padróns informáticos
(MP1613_22) RA2 - Xestiona a recepción, a entrega e o cobramento de pedidos, elabora orzamentos, distribúe produtos e realiza o seguimento bancario da venda en liña
(MP1613_22) RA4 - Valora o rendemento do comercio electrónico alimentario, analizando os datos de tráfico e resultado do negocio, aplicando instrumentos de avaliación

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
(MP1613_22) CA1.1 Definíronse a estrutura básica do comercio alimentario en liña e os seus elementos, en relación coa actividade comercial á que se destinan
(MP1613_12) CA1.1 Aplicouse a estrutura e o contido dun plan de márketing ao comercio electrónico, adaptándoo á planificación e ás necesidades da empresa alimentaria
(MP1613_12) CA1.2 Selecciónanse os axentes que interveñen nas canles de distribución en liña, en función das súas características e da súa operatividade
(MP1613_12) CA1.3 Aplicáronse estratexias de comercio electrónico determinadas no plan de márketing
(MP1613_22) CA2.2 Elaborouse o orzamento de pedidos de alimentos
(MP1613_22) CA2.3 Comunicouse o orzamento e as condicións de entrega do produto, verificouse que cumpra o demandado polo/a cliente/a e, de ser o caso, arranxáronse as deficiencias
(MP1613_22) CA2.5 Ordenouse a distribución e o seguimento do envío e a entrega do pedido ao/a cliente/a nos prazos e no lugar acordados, a través dos medios de distribución adecuados á operación
(MP1613_22) CA2.6 Deseñouse unha estratexia de reembolsos, que teña en conta as devolucións da clientela e os erros na entrega

Criterios de avaliación do currículo

(MP1613_22) CA4.3 Relacionáronse as ratios principais de análise do retorno de investimentos en publicidade en liña co resultado das vendas do comercio electrónico alimentario

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

(MP1613_12) RA1 - Elabora plans de comercio electrónico en establecementos alimentarios, tendo en conta as novas formas de relación co público obxectivo e as estratexias dixitais existentes

(MP1613_22) RA1 - Constitúe unha tenda en liña de produtos alimentarios, aplicando padróns informáticos

(MP1613_22) RA2 - Xestiona a recepción, a entrega e o cobramento de pedidos, elabora orzamentos, distribúe produtos e realiza o seguimento bancario da venda en liña

(MP1613_22) RA3 - Realiza o mantemento da páxina web corporativa, a tenda electrónica e o catálogo en liña, actualizando a información da páxina web e atendendo a clientela de xeito inmediato

(MP1613_22) RA4 - Valora o rendemento do comercio electrónico alimentario, analizando os datos de tráfico e resultado do negocio, aplicando instrumentos de avaliación

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

(MP1613_22) CA1.2 Integrouse o comercio alimentario en liña nun comercio físico xa existente

(MP1613_22) CA1.3 Inscribiuse a tenda en liña no rexistro correspondente, co fin de realizar transaccións económicas e monetarias, emitir facturas e abrir contas bancarias

(MP1613_12) CA1.4 Posicionouse o comercio alimentario en liña en buscadores, en servidores de aplicacións de mapas ou de xeolocalización e en buscadores de comparación de prezos

(MP1613_22) CA1.4 Creouse unha web de comercio alimentario adaptada ao público ao que se dirixa e aos sistemas de acceso virtual

Criterios de avaliación do currículo
(MP1613_12) CA1.5 Identifícanse dispositivos de atención á clientela mediante sistemas de comunicación electrónica, atendendo ás suxestións e ás consultas que melloran a calidade da empresa
(MP1613_22) CA1.5 Elaboráronse deseños responsables, amigables e utilizables de tendas en liña, tendo en conta as características requiridas e as condicións de accesibilidade e deseño universais
(MP1613_12) CA1.6 Establecéronse obxectivos e indicadores do rendemento do tráfico da páxina web, en función da segmentación de mercado incluída no plan de márketing
(MP1613_22) CA1.6 Aloxáronse os ficheiros compoñentes do sitio web en servidores propios ou alleos, segundo criterios de operatividade
(MP1613_12) CA1.7 Estimouse o custo de accións de márketing en liña segundo o orzamento establecido da empresa
(MP1613_22) CA1.7 Seleccionáronse plataformas de código aberto, padróns e deseños acordes co negocio alimentario da tenda en liña
(MP1613_22) CA1.8 Instaláronse dispositivos de atención á clientela en función da atención a preguntas frecuentes, problemas da clientela, instrucións de uso en pagamentos, suxestións e queixas
(MP1613_22) CA1.9 Definíronse as medidas requiridas para as transaccións seguras, respectando a lexislación en materia de protección do/da consumidor/a
(MP1613_22) CA2.1 Recibíronse os pedidos en liña
(MP1613_22) CA2.4 Cobrouse o pedido de alimentos mediante medios de pagamento telemáticos indicados na páxina web, a través de canles que garantan a seguridade da operación
(MP1613_22) CA2.7 Efectuouse o seguimento bancario da venda en liña, comprobando que se realizaran os ingresos polas vendas e devolucións dos pedidos enviados e, de ser o caso, arranxáronse as deficiencias
(MP1613_22) CA2.8 Comprobouse que se cobraran as vendas realizadas a través de intermediarios, de acordo coas condicións pactadas
(MP1613_22) CA3.1 Actualizáronse os ficheiros que compoñen as páxinas web e utilizáronse programas específicos de inclusión de textos, imaxes e son
(MP1613_22) CA3.2 Elaboráronse fichas de produtos e catálogos electrónicos e posicionáronse en páxinas web de comparación de prezos, para facilitar a súa lectura e a súa comprensión
(MP1613_22) CA3.3 Enviáronse os ficheiros web actualizados ao servidor de internet mediante programas especializados nesa tarefa
(MP1613_22) CA3.4 Actualizouse o deseño da web, procurando a súa eficiencia e a súa rendibilidade comercial
(MP1613_22) CA3.5 Melloráronse as ligazóns, a estrutura e as procuras da páxina web capaces de xerar tráfico orientado á oferta, para facilitar a navegación pola tenda en liña
(MP1613_22) CA3.6 Atendeuse a clientela na súa consulta en tempo real a través dos dispositivos instalados

Criterios de avaliación do currículo

(MP1613_22) CA3.7 Actualizáronse as bases de datos de clientela, produtos e prezos relacionadas coa actividade comercial

(MP1613_22) CA3.8 Avaliáronse as accións de mantemento realizadas, en función da resposta recibida por parte da clientela

(MP1613_22) CA4.1 Aplicáronse as medidas de mellora do rendemento de campañas publicitarias en liña, en función do aumento do tráfico de visitas ao sitio web e o volume de vendas do comercio electrónico

(MP1613_22) CA4.2 Valoráronse os indicadores de rendemento do tráfico no comercio electrónico e o seu impacto, utilizando ferramentas de analíticas web gratuítas e de pagamento

(MP1613_22) CA4.4 Valorouse a satisfacción das persoas compradoras en liña, calculando a taxa de fidelización

(MP1613_22) CA4.5 Avaliouse a rastrexabilidade da distribución dos produtos á clientela, modificando a planificación das rutas de repartición, o tempo acordado, os recursos humanos e o estado de entrega do produto

(MP1613_22) CA4.6 Valoráronse os medios de pagamento utilizados, atendendo ás características da tenda en liña de alimentación e os gastos bancarios xerados

(MP1613_22) CA4.7 Valorouse a rendibilidade económica da tenda en liña, comparando o volume de negocio xerado cos gastos

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

Todos os CA serán mínimos exixibles.

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**

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 sobre:

- Plan de marketing dixital.
- Utilización de entornos web.
- Ferramentas de deseño.
- Facturación electrónica e administración telemática.



- Deseño e funcionamento dunha tenda virtual, redes sociais e interacción dixital co público.

As cuestións se corruxirán seguindo un padrón de corrección onde a cualificación e valorarásese 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.

Deberá sacar un mínimo de 5 de nota para facer media coa 2ª parte da proba.

Valorarásese de 0 a 10 e formará parte do 40% da nota final.

4.b) Segunda parte da proba

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

Esta proba será corruxida seguindo padróns de corrección e listas de cotexo para obter o total da cualificación.

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 e formará parte do 60% da nota final.