

Programación Didáctica del curso 2017 - 2018

Módulo Profesional

# **Comercio Digital Internacional**

Código: 0827

Curso 1º

Ciclo Formativo

**Técnico Superior en Comercio  
Internacional**

**Profesor: Carlos Quintana Portilla**

**Ciclos Formativos I.E.S. Las Llamas**

## Indice

1- INTRODUCCIÓN .....	4
2- RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN DEL MÓDULO.....	4
3- CONTENIDOS .....	8
4- DISTRIBUCIÓN TEMPORAL.....	12
5- METODOLOGÍA DIDÁCTICA .....	13
6- MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD.....	14
7- MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS.....	15
8- UTILIZACIÓN DE ESPACIOS Y EQUIPAMIENTOS .....	15
9- CONCRECIÓN DEL DESARROLLO DE DESDOBLES .....	16
10- ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES .....	16
11- PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE.....	16
12- CRITERIOS DE CALIFICACIÓN.....	18
RECUPERACIÓN DE EVALUACIONES.....	19
PRUEBA RECUPERACIÓN FINAL DE EVALUACIONES DE JUNIO .....	19
PRUEBA DE SEPTIEMBRE.....	19
RECUPERACIÓN DE PENDIENTES.....	20
APLICACIÓN DEL DERECHO A LA EVALUACION CONTINUA .....	20
13- ASPECTOS CURRICULARES MÍNIMOS PARA SUPERAR EL MÓDULO20	
14- RELACIÓN CON OTROS PLANES, PROGRAMAS O PROYECTOS.....	23
ANEEXO RESUMEN ENTREGADO A LOS ALUMNOS .....	24
1. CONTENIDOS .....	25
2. CRITERIOS GENERALES DE EVALUACION .....	26
3. COMPETENCIAS DEL CURSO RESPECTIVO PARA CADA MODULO.....	27
4. OBJETIVOS EXPRESADOS EN RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN DEL MÓDULO .....	27
5. PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE.....	30
6. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN.....	31
RECUPERACIÓN DE EVALUACIONES.....	32
PRUEBA RECUPERACIÓN FINAL DE EVALUACIONES DE JUNIO .....	32
PRUEBA DE SEPTIEMBRE.....	32
RECUPERACIÓN DE PENDIENTES.....	33
APLICACIÓN DEL DERECHO A LA EVALUACION CONTINUA .....	33



## **1- INTRODUCCIÓN**

El módulo de Comercio Digital Internacional está regulado por el real Decreto 1574/2011, de 4 de noviembre de 2011 por el que se establece el Título de Técnico Superior en Comercio Internacional y se fijan sus enseñanzas mínimas; y por la Orden ECD/ 84/2012, de 27 de junio de 2012, por la que se establece el currículo de dicho Grado en la Comunidad Autónoma de Cantabria.

El perfil profesional del título de **Técnico Superior en Comercio Internacional** queda determinado por su competencia general, sus competencias profesionales, personales y sociales, y por la relación de cualificaciones y, en su caso, unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales incluidas en el título.

## **2- RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN DEL MÓDULO**

**RA 1. Elabora el plan de marketing digital internacional diseñando las políticas específicas que han de desarrollarse.**

Criterios de evaluación:

- a) Se ha confeccionado un plan de marketing digital internacional capaz de alcanzar los objetivos comerciales de la empresa en el exterior.
- b) Se han definido los procesos de posicionamiento y marketing on-line internacional.
- c) Se han fijado las normas que han de cumplirse para realizar la publicidad y promoción on-line en el ámbito internacional.
- d) Se han identificado los elementos que configuran el marketing internacional de buscadores. e) Se han evaluado los desafíos del marketing electrónico internacional: la confianza en los medios de pago, los problemas logísticos y la seguridad.

f) Se han gestionado electrónicamente las relaciones con los clientes internacionales definiendo claramente el programa de fidelización y las herramientas que se van a utilizar.

g) Se han reconocido las nuevas tendencias de comunicación y relación con el cliente en el marketing digital internacional.

h) Se han realizado acciones de marketing internacional por medio de dispositivos móviles.

**RA 2. Realiza las tareas básicas necesarias para utilizar la red Internet enfocando su uso como un canal de promoción internacional de la empresa.**

Criterios de evaluación:

a) Se han identificado los conceptos esenciales de funcionamiento y uso de la red a nivel internacional.

b) Se han evaluado los distintos sistemas de conexión a la red.

c) Se ha configurado el acceso al sistema informático en la red.

d) Se han comprobado las características propias de las intranets y las extranets.

e) Se han utilizado los principales programas navegadores nacionales e internacionales para moverse por la red.

f) Se han realizado búsquedas selectivas de información mediante aplicaciones específicas.

g) Se han utilizado buscadores nacionales e internacionales especializados por temas y otras aplicaciones de búsqueda avanzada.

**RA 3. Gestiona diversos servicios y protocolos de Internet manejando programas de correo electrónico, transferencia de archivos, foros internacionales de comunicación y redes sociales.**

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los elementos que configuran el correo electrónico.
- b) Se ha utilizado el correo electrónico directamente desde la Web.
- c) Se han utilizado programas de cliente de correo electrónico para gestionar el envío y recepción de mensajes.
- d) Se ha identificado el protocolo de red para la transferencia de archivos (FTP) desde un equipo cliente a un servidor.
- e) Se han compartido archivos a través de una red de ordenadores entre iguales (peer-to-peer P2P).
- f) Se han establecido contactos con otros usuarios de la red a través de foros internacionales de debate y opinión.
- g) Se han establecido contactos internacionales sobre temas concretos a través de blogs temáticos de contenido profesional.
- h) han realizado comunicaciones con usuarios internacionales de la red a través de redes sociales.

**RA 4. Define la política de comercio electrónico de la empresa, estableciendo las acciones necesarias para efectuar ventas internacionales on-line.**

Criterios de evaluación:

- a) Se han establecido los parámetros necesarios para crear o adaptar un negocio on-line internacional.
- b) Se han definido acciones de captación enfocadas al comercio electrónico internacional.
- c) Se han reconocido los modelos de negocio existentes en la red.
- d) Se ha diseñado una tienda virtual de ámbito internacional.

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

f) Se han establecido los medios de pago internacionales a utilizar.

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

h) Se han identificado los diferentes tipos de negocios electrónicos existentes.

**RA 5. Realiza la facturación electrónica y otras tareas administrativas, propias del comercio internacional, de forma telemática utilizando en cada caso software específico.**

Criterios de evaluación:

a) Se han identificado los formatos electrónicos de factura (EDIFACT, XML, PDF, html, doc, xls, gif, jpeg o txt, entre otros).

b) Se ha establecido la transmisión telemática entre ordenadores.

c) Se ha garantizado la integridad y autenticidad de las transmisiones telemáticas a través de una firma electrónica reconocida.

d) Se han utilizado aplicaciones específicas de emisión de facturas electrónicas.

e) Se han realizado tareas administrativas online con organismos públicos y privados de ámbito

f) Se han identificado los programas perjudiciales para la seguridad e integridad de los datos almacenados en nuestros equipos informáticos.

g) Se han implementado las barreras de seguridad necesarias para salvaguardar la información almacenada.

Duración: 66 horas.

### **3- CONTENIDOS**

#### **1. Elaboración del plan de marketing digital internacional:**

Desarrollo del plan de marketing digital internacional: las políticas del e-marketing mix.

Características específicas del cliente on line internacional. Promoción on line y off line de la web exportadora.

Herramientas de posicionamiento en buscadores internacionales: email marketing, SEM, SEO y campañas en páginas afines: x Selección de palabras clave.x Cómo alcanzar un buen posicionamiento natural SEO. x Cómo alcanzar un buen posicionamiento de pago SEM.

Políticas de captación: proceso de creación de una marca.

Análisis de estadísticas y medición de resultados.

Marketing internacional de afiliación.

Marketing relacional y la gestión de la relación con los clientes (CRM). Cross marketing.

Marketing viral: blogs, buzz, marketing, comunidades virtuales y online networking.

Marketing one-to-one.

Aplicaciones del mobile marketing y TDT, entre otros: banca móvil, pagos con el móvil, compras inalámbricas y publicidad dirigida, entre otros.

Internet TV, videoblogs y web TV, entre otros.

Sistemas de publicidad poco aconsejables: el spam y la publicidad no deseada. La ley contra el spam.

#### **2. Realización de las tareas básicas para la utilización de la red Internet:**

Introducción. Internet y su origen.

Funcionamiento: servidores y clientes, el protocolo TCP/IP, la World Wide Web y los dominios de la red.

Modos de conectarse a Internet: x Red telefónica: RTB, RDSI y ADSL, entre otras. x Otros tipos: cable, radio, satélite, GPRS y wireless, entre otros.

Proveedores de servicios. Conexiones móviles.

Configuración del acceso.

Las intranets y las extranets.

El navegador y su funcionamiento. Navegadores más utilizados.

Búsqueda de información nacional e internacional en la red.

Los buscadores: motores de búsqueda e índices, buscadores temáticos, multibuscadores y metabuscadores.

Conceptos básicos de búsqueda con operadores, sintaxis especiales de búsqueda, la opción de búsqueda avanzada, los servicios adicionales y las herramientas específicas.

### **3. Gestión de diversos servicios de Internet.**

Correo electrónico: Su funcionamiento.

El correo web: creación de una cuenta. Las funciones básicas de leer, responder y enviar.

Correo no deseado.

Correo POP3. Su utilización.

Gestión de envío, recepción y mantenimiento de correo POP3.

Otros gestores de correo POP3.

Listas de correo.

Transferencia de archivos. Su utilización.

Servidores FTP: aplicaciones FTP.

Redes P2P (Peer to Peer): aplicaciones.

Los foros internacionales: leer y escribir en un foro.

Los grupos de discusión internacionales.

Redes sociales internacionales.

Weblogs, blogs o bitácoras.

Distintas modalidades de weblogs: fotoblogs, moblogs, podcast, tecnología

RSS.

Redes sociales internacionales para empresas: x Perfil, grupo y página. x Crear una página corporativa. x Crear una página de producto. x Crear un grupo.

Añadir elementos a una página de una red social internacional: x Mensajes en el muro. x Compartir mensajes. x Responder y borrar un mensaje del muro. x Crear perfiles.

Comprar y vender en redes sociales internacionales.

#### **4. Definición de la política de comercio electrónico internacional de una empresa:**

Idea y diseño de una tienda virtual internacional.

Modelos de negocio digital: portales horizontales, B2B, B2C, entre otros.

Selección y registro de dominio.

---

Escaparate Web. Catálogo electrónico. Control logístico de las mercancías vendidas online.

La reclamación como instrumento de fidelización del cliente.

La importancia financiera de la reclamación.

Medios internacionales de pago electrónico: x Las tarjetas para pagos online. x Otros medios de pago electrónicos.

Períodos de reflexión y cancelaciones.

Criptografía: clave simétrica, clave asimétrica, cifrado de clave única.

Firma.

Certificados digitales.

Encriptación.

Protocolos de seguridad: SSL (Secure Socket Layer), SET (Secure Electronic Transaction) y 3D Secure.

Negocios electrónicos: e-shop, e-mail, e-procurement , e-marketplace y e-auction, entretros.

Parques empresariales virtuales.

## **5. Realización de facturas electrónicas internacionales y otras tareas administrativas:**

Factura electrónica: aspectos generales, condiciones para su utilización y normativa legal.

Programas de facturación electrónica.

Seguridad: firma electrónica reconocida.

---

Relación con otras empresas y organismos públicos: banca electrónica, ministerios con atribuciones en comercio internacional, páginas de Hacienda sobre aduanas, entre otras.

Instituciones que tienen que ver con el comercio internacional: OMC, UE, ICEX, Cámaras de Comercio, entre otras.

Seguridad en Internet. Spam, virus informáticos, Spyware, Phising.

Los programas antivirus, cortafuegos y antiespías

Navegación segura: las cookies (huellas)

#### **4- DISTRIBUCIÓN TEMPORAL**

UNIDAD	TÍTULO DE LA UNIDAD	HORAS
UT 1	Conectándose a Internet y otras redes	6
UT 2	Navegación segura por internet	6
UT 3	El servicio de correo electrónico	5
UT 4	Transferir archivos por internet	5
UT 5	El plan de Marketing Digital	10
UT 6	La Política de comercio electrónico	8
UT 7	La factura electrónica	7
UT 8	Atención telemática al cliente	7
UT 9	Las redes sociales	6

Las 6 horas restantes se dedicarán a realizar actividades relacionadas con el módulo.

#### **1ª EVALUACION**

UT 1	Conectándose a Internet y otras redes	6h
UT 2	Navegación segura por internet	6h
UT 3	El servicio de correo electrónico	5h
UT 4	Transferir archivos por internet	5h

## 2ª EVALUACION

UT 5	El plan de Marketing Digital	10h
UT 6	La Política de comercio electrónico	8h

## 3ª EVALUACION

UT 7	La factura electrónica	7h
UT 8	Atención telemática al cliente	7h
UT 9	Las redes sociales	6h

## **5- METODOLOGÍA DIDÁCTICA**

Se realizará seguimiento cercano e individualizado del proceso de aprendizaje del alumnado, realizando anotaciones sistemáticas de avances y dificultades, de tal forma que se pueda corregir, verificar y controlar la correcta asimilación de los diferentes contenidos impartidos, así como la implementación de actitudes y valores asimilables a los contenidos actitudinales reflejados en cada uno de los bloques.

Tras ver los conceptos del bloque, se tomará como base un caso práctico o una situación determinada, incluyéndose en cada uno de los bloques aquellas aplicaciones específicas del mismo. Dichos casos o situaciones serán desarrollados de modo continuo y secuencial, a lo largo de todo el curso.

Se crearán equipos de trabajo como forma de trabajo preferente, de tal forma que se promuevan determinados valores actitudinales presentados dentro de los contenidos.

Siempre que se pueda, se presentarán diferentes ejemplos prácticos reales existentes en el entorno.

Además se promoverá contar con la presencia de personal experto procedente del mundo laboral con el objetivo de acercar al alumnado a la realidad existente, facilitando, con ello, la aplicabilidad de los contenidos impartidos y mejorando su proyección profesional. Dichas visitas, exposiciones o charlas pueden suponer una motivación extra dado que globaliza y proyecta una visión cercana y real de los contenidos sugeridos.

Con objeto de motivar al alumnado se tratará de incorporar el uso de las herramientas y aplicaciones tecnológicas más novedosas lo que además de motivar servirá como ejemplo y refuerzo de los conceptos impartidos.

Para el trabajo de posicionamiento (SEO-SEM), estrategia incluida en el Plan de Marketing Digital, se propondrán algunas de las siguientes prácticas:

- SEO.
- Desarrollo de una tienda virtual.
- Labores periódicas de mantenimiento.
- Técnica de posicionamiento.
- Ratios de conversión.
- Fidelización.
- Campañas de e-mail marketing.
- Gestión de las fuerzas de ventas.
- SEM.
- Campañas de adwors. Google Analytics.
- Cross marketing, marketing de afiliación, relacional, viral, one-to-one, aplicaciones de mobile marketing y TDT.

## **6- MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD**

Es importante a la hora de diseñar las actividades atender a las diferencias de los alumnos. Dentro del grupo puede haber alumnos que no consiguen los objetivos de las actividades o, por el contrario, que alcanzan sobradamente los objetivos previstos. En ambos casos es conveniente plantear alternativas. Una alternativa es ofrecer, para cada actividad, tres posibilidades:

- Una común para todos los alumnos con el fin de asimilar los contenidos mínimos.
- Una más compleja o menos detallada para los que hayan alcanzado los objetivos previstos, donde se profundice en los conocimientos adquiridos.
- Una más sencilla, con una metodología distinta o más secuenciada, para que aquellos alumnos que no hubieran alcanzado los mínimos, sean capaces de llegar por otro camino a los fines propuestos.

Esta alternativa es válida en algunos casos, pero, en otros, no sólo puede resultar excesivamente compleja y laboriosa sino que puede no ser la mejor forma de atender a las diferencias de los alumnos.

En ocasiones un seguimiento más cercano de los alumnos por parte del profesor puede resultar más beneficioso.

## **7- MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS**

- Pc y acceso a Internet para el alumnado.
- Pizarra.
- Proyector.
- Aplicaciones de Google; cuenta de correo electrónico gmail, blogger, drive, u otras similares.
- Empleo de fotocopias y artículos relacionados con los temas y compartidos a través de la red.

## **8- UTILIZACIÓN DE ESPACIOS Y EQUIPAMIENTOS**

Este módulo precisa de la utilización de un aula de informática además del aula de referencia. En el aula de informática se realizarán las partes prácticas de la asignatura.

## **9- CONCRECIÓN DEL DESARROLLO DE DESDOBLES**

Durante el presente curso no procede la realización de desdobles al no existir razones de seguridad, de disponibilidad de equipamiento u otras que hagan necesaria la existencia de estos atendiendo a lo recogido en el art.23.7 del Decreto 4/2010, de 28 de enero, por el que se regula la ordenación general de la Formación Profesional en el sistema educativo de la Comunidad Autónoma de Cantabria.

## **10- ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES**

En principio no se contempla realizar salidas o visitas extraescolares dentro de este módulo aunque no se descarta participar en actividades relacionadas organizadas dentro del centro o atender a la posibilidad de contar con la participación en el aula de alguna colaboración por parte de expertos si surge la ocasión.

## **11- PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE**

a) OBSERVACIÓN SISTEMÁTICA

b) ANÁLISIS DE LAS PRODUCCIONES DE LOS ALUMNOS

\* Resúmenes.

\* Resolución de ejercicios y problemas.

\* Textos escritos.

c) INTERCAMBIOS ORALES CON LOS ALUMNOS

\* Diálogo.

\* Debates.

\* Puestas en común.

#### d) PRUEBAS ESPECÍFICAS

\* Objetivas.

\* Abiertas.

\* Interpretación de datos.

\* Exposición de un tema.

\* Resolución de ejercicios y problemas.

Para su realización se exigirá la asistencia continuada de los alumnos.

El proceso de evaluación es CONTÍNUO. Este proceso de evaluación de los módulos debe responder a la metodología didáctica específica de los mismos, no debiendo basarse nunca en la realización exclusiva de exámenes y ejercicios, en donde el alumno adopta una actitud pasiva de respuesta, ni tampoco evaluando exclusiva o fundamentalmente aspectos memorísticos del aprendizaje.

El proceso de evaluación del aprendizaje programado debe atender a los siguientes puntos:

\* En el proceso de evaluación del aprendizaje de las unidades de trabajo, en que se dividen los módulos, se realiza un proceso de evaluación continua.

\* Es conveniente que a lo largo del curso, los alumnos lleven un dossier con sus apuntes y los trabajos, actividades y ejercicios que se vayan realizando.

\* Dentro de este proceso de evaluación son importantes también la resolución de ejercicios y cuestionarios, y la realización de trabajos y actividades individuales (tanto escritos como orales), con el fin de conocer y evaluar el grado de comprensión con que se van adquiriendo individualmente los

conocimientos, y poner de manifiesto las deficiencias o errores en la comprensión de los conceptos y procesos.

\* Especial atención se prestará al trabajo práctico individual en el que los alumnos pongan en práctica los conocimientos adquiridos.

\* La evaluación continua, dentro de cada unidad de trabajo, se realiza en consecuencia, valorando la participación del alumno en la clase, los trabajos y actividades tanto individuales como en grupo y la resolución de ejercicios y cuestionarios que en cada caso se realicen.

## **12- CRITERIOS DE CALIFICACIÓN**

- EXAMEN TEÓRICO (ORAL Y/O ESCRITO): 60% de la nota.
- EXAMEN PRÁCTICO 30% de la nota.
- PAC (Participación, asistencia, comportamiento): 10% de la nota.

Se trata de valorar la participación del alumno en la clase, sus intervenciones y explicaciones sobre actividades y ejercicios propuestos, teniendo en cuenta su grado de interés y dedicación. Además, se valorará la regularidad de la asistencia y el comportamiento. La asistencia supondrá el 5% de la nota y la participación y comportamiento el 5% restante.

En aquella evaluación en la que solo se realice la prueba objetiva, la nota final de la evaluación se obtendrá del 80% de la nota obtenida en la prueba objetiva y del 20% de la actitud (comportamiento, asistencia, trabajos voluntarios y participación en el aula).

Cuando en una evaluación se realicen varios trabajos, la nota de los trabajos en la evaluación será la media de todos los trabajos.

Los trabajos pueden ser individuales y/o colectivos y se expondrán en clase. En los colectivos la nota de cada participante en el grupo puede ser diferente, esta dependerá de: la colaboración y del trabajo aportado al grupo, la asistencia a los trabajos en grupo (faltar injustificadamente a cada sesión de trabajo en grupo supondrá una penalización de 0,5 puntos sobre la nota que obtenga el grupo).

### **RECUPERACIÓN DE EVALUACIONES**

No hay recuperación de evaluaciones suspensas hasta la convocatoria de junio.

### **PRUEBA RECUPERACIÓN FINAL DE EVALUACIONES DE JUNIO**

Si en junio el alumno tiene alguna evaluación suspensa, tendrá oportunidad de recuperar las evaluaciones suspensas. Solo se examinará de las evaluaciones suspensas.

Las pruebas de recuperación de las evaluaciones serán similares a las realizadas durante el curso. Para superar el examen el alumno deberá alcanzar como mínimo una calificación positiva igual o superior a 5.

La nota final de cada evaluación recuperada es 5.

La nota final será la media de todas las evaluaciones. No se permite la superación de un módulo que tenga alguna evaluación suspensa.

### **PRUEBA DE SEPTIEMBRE**

Si en junio, después de la prueba de recuperación final, el alumno no aprueba todas las evaluaciones, tendrá que examinarse de todo el módulo en la prueba de septiembre.

La prueba de recuperación puede incluir cuestiones tipo test, preguntas cortas abiertas y supuestos prácticos. Para superar la prueba de septiembre el

alumno deberá alcanzar como mínimo una calificación positiva igual o superior a 5.

### **RECUPERACIÓN DE PENDIENTES**

Los alumnos con el módulo suspenso, después de la convocatoria de septiembre, se examinarán de ese módulo a lo largo del curso siguiente (en las fechas que se establezcan). La materia a evaluar será la que se impartió en el curso anterior y la prueba versará sobre los contenidos mínimos exigibles.

La prueba de recuperación incluirá un trabajo (40% de la nota final) y una prueba objetiva teórico-práctica (60% de la nota final). Para superar la prueba el alumno deberá alcanzar como mínimo una calificación positiva igual o superior a 5.

### **APLICACIÓN DEL DERECHO A LA EVALUACION CONTINUA**

Aquellos alumnos a los que no se les pueda aplicar los criterios de la evaluación continua por los motivos que fuere, habrán de realizar en junio una prueba sobre todos los contenidos del módulo.

Esta prueba puede incluir cuestiones tipo test, preguntas cortas abiertas y supuestos prácticos. Para superar la prueba el alumno deberá alcanzar como mínimo una calificación positiva igual o superior a 5.

## **13- ASPECTOS CURRICULARES MÍNIMOS PARA SUPERAR EL MÓDULO**

### **1ª EVALUACIÓN:**

Qué es Internet y su origen.

Cómo funciona: servidores y clientes.

Modos de conectarse a Internet.

Proveedores de servicios.

onexiones de móviles.

Configuración del acceso.

Las intranets y las extranets.

Qué es un navegador y cómo funciona.

Búsqueda de información en la red.

Los buscadores: motores de búsqueda e índices, buscadores temáticos, multibuscadores y metabuscadores.

Conceptos básicos de búsqueda con operadores.

Correo electrónico: qué es y cómo funciona.

El correo web.

Correo no deseado.

Correo POP3: qué es y cómo utilizarlo.

Servidores FTP.

Aplicaciones FTP.

Redes P2P (peer to peer):

Conexiones telefónicas de voz.

Programas de visualización e impresión de archivos PDF.

Programas destinados a la producción y entrega de contenidos interactivos.

Seguridad en Internet: spam, virus informáticos, spyware, phishing.

Los programas antivirus, cortafuegos y antiespías.

Navegación segura: las cookies (huellas).

Los grupos de conversación o chat: programas IRC y programas webchat.

Servicio de mensajería instantánea.

Telefonía por Internet. Videoconferencia. Televigilancia.

Redes sociales.

Weblogs, blogs o bitácoras.

Tecnología RSS.

Redes sociales para empresas:

Perfil, grupo y página.

Crear una página corporativa.

Crear una página de producto.

Crear un grupo.

## **2ª EVALUACIÓN:**

Estructura de una página Web.

Lenguaje HTML.

Creación de páginas Web con los editores Web más usuales.

Disponer de una dirección propia o recurrir a una gratuita.

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.

Mantenimiento de la información publicada.

Catálogo online: verificación, procesado, efectividad, eficiencia y ambiente de compra.

Flujos de caja y financiación de la tienda online.

Zonas calientes y zonas de usuario.

El carrito de la compra online.

## **3ª EVALUACIÓN:**

Idea y diseño de una tienda virtual.

Modelos de negocio digital: portales horizontales, B2B y B2C, entre otros.

Selección y registro de dominio.

Escaparate web. Catálogo electrónico. Aspectos jurídicos del comercio electrónico.

Control logístico de las mercancías vendidas online.

Factura electrónica: aspectos generales, condiciones para su utilización y normativa legal.

Seguridad: firma electrónica reconocida.

Relación con otras empresas y organismos públicos.

La importancia financiera de la reclamación. La gestión de la satisfacción como garantía de la recuperación de clientes.

Medios de pago electrónicos.

Criptografía: clave simétrica, clave asimétrica y cifrado de clave única.

Firma.

Certificados digitales. Entidades certificadoras raíz. El spyware (programas espías).

Encriptación.

Protocolos de seguridad: SSL (Secure Socket Layer), SET (SecureElectronicTransaction) y 3D Secure.

Negocios electrónicos.

## **14- RELACIÓN CON OTROS PLANES, PROGRAMAS O PROYECTOS**

Este módulo está relacionado con el plan TICs y el plan LECTOR que se llevan a cabo en el IES Las Llamas.

## **15- EVALUACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA Y DE LA PRÁCTICA DOCENTE.**

Se propone la comparación de resultados obtenidos en el curso 17/18 con los resultados obtenidos en años anteriores en la misma asignatura impartida en el ciclo superior de gestión de ventas.

Por otro lado se propone la realización de encuestas anónimas por parte del alumnado para determinar el nivel de satisfacción del alumnado.

Se propone la revisión de la presente programación para determinar su grado de cumplimiento y plantear posibles mejoras o cambios.

**ANEEXO RESUMEN ENTREGADO A LOS ALUMNOS**

**Módulo Profesional**

# **Comercio Digital Internacional**

**Código: 0827**

**Curso 1º**

**Ciclo Formativo**

**Técnico Superior en Comercio  
Internacional**

**Profesor: Carlos Quintana Portilla**

**Ciclos Formativos I.E.S. Las Llamas**

**Curso 2017-2018**

# 1. CONTENIDOS

UT 1	Conectándose a Internet y otras redes	6
UT 2	Navegación segura por internet	6
UT 3	El servicio de correo electrónico	5
UT 4	Transferir archivos por internet	5
UT 5	El plan de Marketing Digital	10
UT 6	La Política de comercio electrónico	8
UT 7	La factura electrónica	7
UT 8	Atención telemática al cliente	7
UT 9	Las redes sociales	6

## 1ª EVALUACIÓN:

Qué es Internet y su origen. Cómo funciona: servidores y clientes. Modos de conectarse a Internet. Proveedores de servicios. Conexiones de móviles. Configuración del acceso. Las intranets y las extranets. Qué es un navegador y cómo funciona. Búsqueda de información en la red. Los buscadores: motores de búsqueda e índices, buscadores temáticos, multibuscadores y metabuscadores. Conceptos básicos de búsqueda con operadores.

Correo electrónico: qué es y cómo funciona. El correo web. Correo no deseado. Correo POP3: qué es y cómo utilizarlo. Servidores FTP. Aplicaciones FTP. Redes P2P (peer to peer): Conexiones telefónicas de voz.

Programas de visualización e impresión de archivos PDF. Programas destinados a la producción y entrega de contenidos interactivos. Seguridad en Internet: spam, virus informáticos, spyware, phishing. Los programas antivirus, cortafuegos y antiespías. Navegación segura: las cookies (huellas). Los grupos de conversación o chat: programas IRC y programas webchat. Servicio de mensajería instantánea. Telefonía por Internet. Videoconferencia. Televigilancia. Redes sociales. Weblogs, blogs o bitácoras.

Tecnología RSS. Redes sociales para empresas: Perfil, grupo y página.

Crear una página corporativa. Crear una página de producto. Crear un grupo.

## 2ª EVALUACIÓN:

Estructura de una página Web. Lenguaje HTML. Creación de páginas Web con los editores Web más usuales. Disponer de una dirección propia o recurrir a una gratuita. 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. Mantenimiento de la información publicada. Catálogo online: verificación, procesado, efectividad, eficiencia y ambiente de compra. Flujos de caja y financiación de la tienda online. Zonas calientes y zonas de usuario. El carrito de la compra online.

### **3ª EVALUACIÓN:**

Idea y diseño de una tienda virtual. Modelos de negocio digital: portales horizontales, B2B y B2C, entre otros. Selección y registro de dominio.

Escaparate web. Catálogo electrónico. Aspectos jurídicos del comercio electrónico. Control logístico de las mercancías vendidas online. Factura electrónica: aspectos generales, condiciones para su utilización y normativa legal. Seguridad: firma electrónica reconocida. Relación con otras empresas y organismos públicos. La importancia financiera de la reclamación. La gestión de la satisfacción como garantía de la recuperación de clientes.

Medios de pago electrónicos. Criptografía: clave simétrica, clave asimétrica y cifrado de clave única. Firma. Certificados digitales. Entidades certificadoras raíz. El spyware (programas espías). Encriptación. Protocolos de seguridad: SSL (Secure Socket Layer), SET (Secure Electronic Transaction) y 3D Secure. Negocios electrónicos.

## **2. CRITERIOS GENERALES DE EVALUACION**

El objetivo que se propone el módulo profesional de COMERCIO DIGITAL INTERNACIONAL es que el alumno o alumna alcance un grado suficiente en las competencias específicas para que, en el futuro más inmediato, se pueda desarrollar profesionalmente con rigor y propiedad en todos los ámbitos relacionados con el ciclo formativo COMERCIO INTERNACIONAL con independencia de cuáles sean sus intereses profesionales futuros.

El estudiante debe tener en cuenta que las clases se consideran presenciales, por lo que la no asistencia a las sesiones puede llegar a condicionar la calificación final del módulo.

### **3. COMPETENCIAS DEL CURSO RESPECTIVO PARA CADA MODULO**

El módulo de Comercio Digital Internacional está regulado por el real Decreto 1574/2011, de 4 de noviembre de 2011 por el que se establece el Título de Técnico Superior en Comercio Internacional y se fijan sus enseñanzas mínimas; y por la Orden ECD/ 84/2012, de 27 de junio de 2012, por la que se establece el currículo de dicho Grado en la Comunidad Autónoma de Cantabria.

El perfil profesional del título de **Técnico Superior en Comercio Internacional** queda determinado por su competencia general, sus competencias profesionales, personales y sociales, y por la relación de cualificaciones y, en su caso, unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales incluidas en el título.

### **4. OBJETIVOS EXPRESADOS EN RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN DEL MÓDULO**

**RA 1. Elabora el plan de marketing digital internacional diseñando las políticas específicas que han de desarrollarse.**

Criterios de evaluación:

- a) Se ha confeccionado un plan de marketing digital internacional capaz de alcanzar los objetivos comerciales de la empresa en el exterior.
- b) Se han definido los procesos de posicionamiento y marketing on-line internacional.
- c) Se han fijado las normas que han de cumplirse para realizar la publicidad y promoción on-line en el ámbito internacional.
- d) Se han identificado los elementos que configuran el marketing internacional de buscadores.
- e) Se han evaluado los desafíos del marketing electrónico internacional: la confianza en los medios de pago, los problemas logísticos y la seguridad.
- f) Se han gestionado electrónicamente las relaciones con los clientes internacionales definiendo claramente el programa de fidelización y las herramientas que se van a utilizar.

g) Se han reconocido las nuevas tendencias de comunicación y relación con el cliente en el marketing digital internacional.

h) Se han realizado acciones de marketing internacional por medio de dispositivos móviles.

**RA 2. Realiza las tareas básicas necesarias para utilizar la red Internet enfocando su uso como un canal de promoción internacional de la empresa.**

Criterios de evaluación:

a) Se han identificado los conceptos esenciales de funcionamiento y uso de la red a nivel internacional.

b) Se han evaluado los distintos sistemas de conexión a la red.

c) Se ha configurado el acceso al sistema informático en la red.

d) Se han comprobado las características propias de las intranets y las extranets.

e) Se han utilizado los principales programas navegadores nacionales e internacionales para moverse por la red.

f) Se han realizado búsquedas selectivas de información mediante aplicaciones específicas.

g) Se han utilizado buscadores nacionales e internacionales especializados por temas y otras aplicaciones de búsqueda avanzada.

**RA 3. Gestiona diversos servicios y protocolos de Internet manejando programas de correo electrónico, transferencia de archivos, foros internacionales de comunicación y redes sociales.**

Criterios de evaluación:

a) Se han identificado los elementos que configuran el correo electrónico.

b) Se ha utilizado el correo electrónico directamente desde la Web.

c) Se han utilizado programas de cliente de correo electrónico para gestionar el envío y recepción de mensajes.

d) Se ha identificado el protocolo de red para la transferencia de archivos (FTP) desde un equipo cliente a un servidor.

e) Se han compartido archivos a través de una red de ordenadores entre iguales (peer-to-peer P2P).

f) Se han establecido contactos con otros usuarios de la red a través de foros internacionales de debate y opinión.

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

h) han realizado comunicaciones con usuarios internacionales de la red a través de redes sociales.

**RA 4. Define la política de comercio electrónico de la empresa, estableciendo las acciones necesarias para efectuar ventas internacionales on-line.**

Criterios de evaluación:

a) Se han establecido los parámetros necesarios para crear o adaptar un negocio on-line internacional.

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

c) Se han reconocido los modelos de negocio existentes en la red.

d) Se ha diseñado una tienda virtual de ámbito internacional.

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

f) Se han establecido los medios de pago internacionales a utilizar.

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

h) Se han identificado los diferentes tipos de negocios electrónicos existentes.

**RA 5. Realiza la facturación electrónica y otras tareas administrativas, propias del comercio internacional, de forma telemática utilizando en cada caso software específico.**

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los formatos electrónicos de factura (EDIFACT, XML, PDF, html, doc, xls, gif, jpeg o txt, entre otros).
- b) Se ha establecido la transmisión telemática entre ordenadores.
- c) Se ha garantizado la integridad y autenticidad de las transmisiones telemáticas a través de una firma electrónica reconocida.
- d) Se han utilizado aplicaciones específicas de emisión de facturas electrónicas.
- e) Se han realizado tareas administrativas online con organismos públicos y privados de ámbito
- f) Se han identificado los programas perjudiciales para la seguridad e integridad de los datos almacenados en nuestros equipos informáticos.
- g) Se han implementado las barreras de seguridad necesarias para salvaguardar la información almacenada.

Duración: 66 horas.

## **5. PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE**

b) OBSERVACIÓN SISTEMÁTICA

b) ANÁLISIS DE LAS PRODUCCIONES DE LOS ALUMNOS

\* Resúmenes.\* Resolución de ejercicios y problemas.\* Textos escritos.

e) INTERCAMBIOS ORALES CON LOS ALUMNOS

\* Diálogo.\* Debates. \* Puestas en común.

f) PRUEBAS ESPECÍFICAS

\* Objetivas. \* Abiertas. \* Interpretación de datos. \* Exposición de un tema. \* Resolución de ejercicios y problemas.

***Para su realización se exigirá la asistencia continuada de los alumnos.***

El proceso de evaluación es **CONTÍNUO**. Este proceso de evaluación de los módulos debe responder a la metodología didáctica específica de los mismos, no debiendo basarse nunca en la realización exclusiva de exámenes y ejercicios, en donde el alumno adopta una actitud pasiva de respuesta, ni tampoco evaluando exclusiva o fundamentalmente aspectos memorísticos del aprendizaje.

El proceso de evaluación del aprendizaje programado debe atender a los siguientes puntos:

\* En el proceso de evaluación del aprendizaje de las unidades de trabajo, en que se dividen los módulos, se realiza un proceso de evaluación continua.

\* Dentro de este proceso de evaluación son importantes también la resolución de ejercicios y cuestionarios, y la realización de trabajos y actividades individuales (tanto escritos como orales), con el fin de conocer y evaluar el grado de comprensión con que se van adquiriendo individualmente los conocimientos, y poner de manifiesto las deficiencias o errores en la comprensión de los conceptos y procesos.

\* Especial atención se prestará al trabajo práctico individual en el que los alumnos pongan en práctica los conocimientos adquiridos.

\* La evaluación continua, dentro de cada unidad de trabajo, se realiza en consecuencia, valorando la participación del alumno en la clase, los trabajos y actividades tanto individuales como en grupo y la resolución de ejercicios y cuestionarios que en cada caso se realicen.

## **6. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN**

- EXAMEN TEÓRICO (ORAL Y/O ESCRITO): 60% de la nota.
- EXAMEN PRÁCTICO 30% de la nota.
- PAC (Participación, asistencia, comportamiento): 10% de la nota.

Se trata de valorar la participación del alumno en la clase, sus intervenciones y explicaciones sobre actividades y ejercicios propuestos, teniendo en cuenta su grado de interés y dedicación. Además, se valorará la regularidad de la asistencia y el comportamiento. La asistencia supondrá el 5% de la nota y la participación y comportamiento el 5% restante.

En aquella evaluación en la que solo se realice la prueba objetiva, la nota final de la evaluación se obtendrá del 80% de la nota obtenida en la prueba objetiva y del 20% de la actitud (comportamiento, asistencia, trabajos voluntarios y participación en el aula).

Cuando en una evaluación se realicen varios trabajos, la nota de los trabajos en la evaluación será la media de todos los trabajos.

Los trabajos pueden ser individuales y/o colectivos y se expondrán en clase. En los colectivos la nota de cada participante en el grupo puede ser diferente, esta dependerá de: la colaboración y del trabajo aportado al grupo, la asistencia a los trabajos en grupo (faltar injustificadamente a cada sesión de trabajo en grupo supondrá una penalización de 0,5 puntos sobre la nota que obtenga el grupo).

## **RECUPERACIÓN DE EVALUACIONES**

No hay recuperación de evaluaciones suspensas hasta la convocatoria de junio.

## **PRUEBA RECUPERACIÓN FINAL DE EVALUACIONES DE JUNIO**

Si en junio el alumno tiene alguna evaluación suspensa, tendrá oportunidad de recuperar las evaluaciones suspensas. Solo se examinará de las evaluaciones suspensas.

Las pruebas de recuperación de las evaluaciones serán similares a las realizadas durante el curso. Para superar el examen el alumno deberá alcanzar como mínimo una calificación positiva igual o superior a 5.

La nota final de cada evaluación recuperada es 5.

La nota final será la media de todas las evaluaciones. No se permite la superación de un módulo que tenga alguna evaluación suspensa.

## **PRUEBA DE SEPTIEMBRE**

Si en junio, después de la prueba de recuperación final, el alumno no aprueba todas las evaluaciones, tendrá que examinarse de todo el módulo en la prueba de septiembre.

La prueba de recuperación puede incluir cuestiones tipo test, preguntas cortas abiertas y supuestos prácticos. Para superar la prueba de septiembre el alumno deberá alcanzar como mínimo una calificación positiva igual o superior a 5.

## **RECUPERACIÓN DE PENDIENTES**

Los alumnos con el módulo suspenso, después de la convocatoria de septiembre, se examinarán de ese módulo a lo largo del curso siguiente (en las fechas que se establezcan). La materia a evaluar será la que se impartió en el curso anterior y la prueba versará sobre los contenidos mínimos exigibles.

La prueba de recuperación incluirá un trabajo (40% de la nota final) y una prueba objetiva teórico-práctica (60% de la nota final). Para superar la prueba el alumno deberá alcanzar como mínimo una calificación positiva igual o superior a 5.

## **APLICACIÓN DEL DERECHO A LA EVALUACION CONTINUA**

Aquellos alumnos a los que no se les pueda aplicar los criterios de la evaluación continua por los motivos que fuere, habrán de realizar en junio una prueba sobre todos los contenidos del módulo.

Esta prueba puede incluir cuestiones tipo test, preguntas cortas abiertas y supuestos prácticos. Para superar la prueba el alumno deberá alcanzar como mínimo una calificación positiva igual o superior a 5.