

**Programación Didáctica del módulo: 1235 Comercio
Electrónico.**

2º Curso CFGM Técnico en actividades comerciales

Curso 2020- 2021

Jon Paul Hernández Salazar

Comercio y Marketing

IES Las Llamas

Santander



ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	3
2. OBJETIVOS.....	4
3- CONTENIDOS.....	8
4- DISTRIBUCIÓN TEMPORAL.....	11
.....	11
5. METODOLOGÍA DIDÁCTICA.....	12
6. MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD.....	14
7. MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS.....	14
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
13. ASPECTOS CURRICULARES MÍNIMOS PARA SUPERAR EL MÓDULO.....	22
14. RELACIÓN CON OTROS PLANES, PROGRAMAS O PROYECTOS.....	24
15. EVALUACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA Y DE LA PRÁCTICA DOCENTE..	24
16. ANEXO:	25
HOJA INFORMATIVA ALUMNOS.....	25

1. INTRODUCCIÓN.

El módulo de «Comercio Electrónico» pertenece al ciclo formativo de grado medio «Técnico en Actividades Comerciales», perteneciente a la familia de Comercio y Marketing.

Hoy día las nuevas tecnologías de la información (NTIC) y las herramientas Web 2.0 permiten a los comercios tener una página web propia, y con ello dar a conocer sus productos o servicios a un mayor número de clientes, abriéndose a nuevos mercados, y poder vender sus productos y servicios durante las 24 horas del día, los 365 días del año.

Por ello es clave, tanto para las pequeñas como para las medianas empresas, tener una página web propia y actualizada. Esta página web puede ser contratada a una empresa externa o que sea el propio comercio el que utilizando aplicaciones gratuitas la diseñe y publique.

En este módulo se detalla cómo un comercio puede diseñar su página web, publicarla en la Red y realizar publicidad de su marca y de los productos o servicios que comercializa, posicionándose en buscadores y participando en redes sociales.

La duración del módulo es de 120 horas lectivas y se desarrolla a lo largo de los dos primeros trimestres del curso, impartándose seis horas semanales.

Este módulo formativo está regulado por:

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, de conformidad con el RD 1147/2011, de 29 de julio, que establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo, tomando como base el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales, las directrices fijadas por la Unión Europea y otros aspectos de interés social.

Orden ECD/82/2014, de 25 de junio, que establece el currículo del ciclo formativo de Grado Medio correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales en la Comunidad Autónoma de Cantabria.

1.1 Identificación

El título de Técnico en Actividades Comerciales queda identificado por los siguientes elementos:

Denominación: Actividades Comerciales.

Nivel: Formación Profesional de Grado Medio.

Duración: 2.000 horas.

Familia Profesional: Comercio y Marketing.

Referente en la Clasificación Internacional Normalizada de la Educación: CINE-3 b.

1.2 Competencia general.

La competencia general de este título consiste en desarrollar actividades de distribución y comercialización de bienes y/o servicios, y en gestionar un pequeño establecimiento comercial, aplicando las normas de calidad y seguridad establecidas y respetando la legislación vigente.

2. OBJETIVOS

2.1.-Objetivos Generales del Ciclo Formativo en relación con el Módulo.

- 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.
- 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.

2.2.- Competencias profesionales, personales y sociales

Las competencias profesionales, personales y sociales de este título, relacionadas con el módulo **Comercio Electrónico**, son las siguientes:

- 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.

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.

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.

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.

o) Comunicarse eficazmente, respetando la autonomía y competencia de las distintas personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.

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.

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.

2.3.-Objetivos del módulo expresados en Resultados de aprendizaje y Criterios de Evaluación

La Orden ECD/82/2014, de 25 de junio, que establece el currículo del ciclo formativo de Grado Medio correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales en la Comunidad Autónoma de Cantabria recoge los objetivos del módulo expresados en resultados de aprendizaje.

RA 1. Aplica las directrices del plan de marketing digital de la empresa, participando en su ejecución y sostenimiento.

Criterios de evaluación:

- Se han examinado las características generales y particulares de un plan de marketing digital capaz de alcanzar los objetivos comerciales de la empresa.
- Se han ejecutado los procesos de posicionamiento y marketing online.
- Se han ejecutado los procesos de publicidad y promoción online ajustados a la normativa legal existente.
- Se han identificado los elementos que configuran el marketing de buscadores.
- Se han evaluado los desafíos del marketing electrónico: la confianza en los medios de pago, los problemas logísticos y de seguridad.
- Se han gestionado electrónicamente las relaciones con los clientes, definiendo el programa de fidelización y las herramientas que se van a utilizar.

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

RA 2. Realiza las acciones necesarias para efectuar ventas online, aplicando las políticas de comercio electrónico definidas por la empresa.

Criterios de evaluación:

- Se han establecido los parámetros necesarios para crear o adaptar un negocio online.
- Se han definido acciones de captación de clientes enfocadas al comercio electrónico.
- Se han identificado los modelos de negocio convencionales y electrónicos existentes en la red.
- Se ha diseñado una tienda virtual.
- Se ha planificado la gestión de los pedidos recibidos y todo el proceso logístico.
- Se han establecido los medios de pago que se van a utilizar.
- Se han seleccionado los sistemas de seguridad que garanticen la privacidad e invulnerabilidad de las operaciones.

RA 3. Realiza el mantenimiento de la página web corporativa, la tienda electrónica y el catálogo online, utilizando aplicaciones informáticas y lenguajes específicos.

Criterios de evaluación:

- Se han redactado sentencias en lenguaje de etiquetas de hipertexto (HTML).
- Se han utilizado programas comerciales para crear los ficheros que componen las páginas web.
- Se ha registrado la dirección de páginas web con dominio propio o con alojamiento gratuito.
- Se han enviado los ficheros web creados al servidor de Internet mediante programas especializados en esta tarea.
- Se han utilizado programas específicos de inclusión de textos, imágenes y sonido.
- Se ha construido una página web eficiente para el comercio electrónico.
- Se han incluido en la web enlaces de interés capaces de generar tráfico orientado e interesado en lo que se ofrece.

RA 4. Establece foros de comunicación entre usuarios, utilizando las redes sociales de ámbito empresarial.

Criterios de evaluación:

- Se han utilizado programas web para mantener cibercharlas de texto.
- Se han manejado aplicaciones de mensajería instantánea.
- Se han aplicado sistemas de comunicación oral que utilizan solo sonido o sonido e imagen.
- Se han propuesto temas de contenido profesional a través de blogs temáticos.
- Se han establecido contactos sobre temas concretos a través de blogs temáticos de contenido profesional.
- Se han efectuado comunicaciones, publicidad y ventas con otros usuarios de la red a través de redes sociales.
- Se han generado contenidos audiovisuales y fotográficos de la actividad, productos y procesos comerciales.

R5. Utiliza entornos de trabajo dirigidos al usuario final (Web 2.0), integrando herramientas informáticas y recursos de Internet.

Criterios de evaluación:

- Se han definido los modelos y funcionalidades Web 2.0. existentes en la red.
- Se han utilizado los recursos gratuitos y libres incluidos en los sitios Web2.0.
- Se han aplicado los resultados obtenidos en el entorno Web 2.0 mediante la información (feed back) proporcionada por los usuarios.
- 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.
- Se han seleccionado las acciones necesarias para integrar el comercio electrónico con funcionalidades propias de la Web2.0.

2.4.- Orientaciones pedagógicas.

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 estas funciones 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.

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.
- Atención de las ventas gestionadas desde la tienda virtual.
- Utilización de aplicaciones informáticas de creación y mantenimiento de páginas web.
- Inclusión de contenidos comerciales en redes sociales.

3- CONTENIDOS.

Durante este curso debido a la situación sanitaria provocada por el COVID-19, el profesor orientará su proceso de enseñanza aprendizaje a aquellos contenidos procedimentales prioritarios que se determinen, en función de los escenarios que se puedan dar.

Los contenidos del módulo están recogidos en la **Orden ECD/82/2014, de 25 de junio**, que establece el currículo del ciclo formativo de Grado Superior correspondiente al título de Técnico Superior en Marketing y Publicidad en la Comunidad Autónoma de Cantabria.

1. Aplicación de las directrices del plan de marketing digital:

- Plan de marketing digital: las políticas del “e-marketing mix”. Alta en buscadores y en directorios especializados.
- Características específicas del cliente online. Boletines electrónicos enviados con email marketing.
- Diseño de blogs corporativos: modalidades. Objetivos alcanzables con un blog.
- Marketing en buscadores: SEM, SEO y campañas en páginas afines. Selección de palabras clave. Cómo alcanzar un buen posicionamiento natural SEO y de pago SEM.
- Normativa sobre comunicaciones electrónicas y privacidad.
- Pagos con dinero electrónico y pagos en línea: seguridad y protección contra el fraude.
- Marketing de afiliación.

- Marketing relacional y la gestión de la relación con los clientes (CRM).
- “Cross marketing”.
- Marketing viral: “blogs”, “buzz2, marketing, comunidades virtuales y online “net-working”.
- Marketing “one-to-one”.
- Aplicaciones del Mobile marketing y TDT, banca móvil, compras inalámbricas y publicidad dirigida, entre otros.
- Internet TV, video blogs 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 acciones de compraventa online:

- Idea y diseño de una tienda virtual: gestión y mantenimiento.
- 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: la gestión de la satisfacción como garantía de recuperación de clientes.
- Medios de pago electrónico: las tarjetas para pagos online. Otros medios de pago electrónicos.
- Períodos de reflexión y cancelaciones.
- Seguridad en las transacciones electrónicas: cifrado, firma digital, certificados digitales y DNI electrónico. Entidades certificadoras raíz. El “spyware” (programas espías).
- Encriptación. Protocolos de seguridad: SSL (“secure socket layer”), SET (“secure electronic transaction”) y 3D “secure”.
- Negocios electrónicos: “e-shop”, “e-mail”, “e-procurement”, “e market place” y “e-auction”, entre otros.

3. Realización del mantenimiento de la página web:

Estructurar una página web corporativa. Lenguaje HTML.

- Creación de páginas web con los editores web más usuales: trabajar con textos. El estilo y el formato de múltiples páginas web al mismo tiempo. El color y el diseño web. Trabajar con imágenes. Crear hipervínculos y páginas interactivas.

Trabajar con formularios. Agregar contenido multimedia.

- Elección del servidor para alojar páginas web: tener una dirección propia o recurrir a una gratuita.
- 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.

4. Establecimiento de relaciones con otros usuarios de la red:

- Los grupos de conversación o chat: programas IRC y programas “webchat”.
- Servicio de mensajería instantánea.
- Telefonía por Internet. Videoconferencia.
- Los foros: leer y escribir en un foro.
- Los grupos de discusión.
- Redes sociales.
 - “Weblogs”, blogs o bitácoras. Distintas modalidades de “weblogs”.
 - Redes sociales para empresas.
- Añadir elementos a una página de una red social. Mensajes en el muro. Compartir mensajes. Responder y borrar un mensaje del muro. Crear perfiles. Utilizar elementos fotográficos y audiovisuales en una página de una red social.
- Añadir aplicaciones profesionales a una página. Organizar eventos. Realizar encuestas.
 - Cómo buscar un grupo interesante.
 - Crear una red de contactos influyentes. Gestionar equipos de trabajo.
 - Comprar y vender en redes sociales.

5. Utilización de entornos Web2.0:

- Concepto y características.

- Funcionalidades: opiniones y foros de usuarios.
- Reputación corporativa online.
- Objetivos que hay que alcanzar: transparencia, utilidad, participación y fidelización.
- Herramientas del marketing online utilizadas en la Web 2.0: marketing en medios sociales (SMM). Mail. Blog. Páginas web editadas por muchos usuarios (“wikis”). “Banner”. “Widget”. “Gadget2. Contenidos actualizados de una web (RSS).
Vídeo. Ficheros de audio en MP3 (“podscat”). Foros.
- Webs integradas: comparadores de precios, webs de subastas, sistemas para opinar sobre productos, herramientas sociales de recomendación y ventas cruzadas.
- 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: robo de datos, suplantación de identidad y propagación de virus.

4- DISTRIBUCIÓN TEMPORAL.

Las 6 horas restantes, hasta 120, se dedicarán para realizar controles/exámenes de evaluación y reforzar las actividades de aplicación que presenten mayor dificultad.

UNIDADES DE TRABAJO		HORAS	S	O	N	D	E	F	M	
U.T.0	Introducción al módulo	6	6							1ª Evaluación
U.T.1	Origen de Internet	6	2	4						
U.T.2	Seguridad en internet	9		9						
U.T.3	Herramientas del Marketing	11		11						
U.T.4	Plan de Marketing	16			16					
U.T.5	Web 2.0, RRSS, Bloggs	12			8	4				2ª Evaluación
U.T.6	Facebook	8				4	4			
U.T.7	Instagram	8					8			
U.T.8	Creación y mantenimiento de una Tienda Online	38					12	18	8	
TOTALES		114	8	24	24	8	24	18	8	

5. METODOLOGÍA DIDÁCTICA.

Con carácter general, los principios pedagógicos que orienten el proceso de enseñanza-aprendizaje serán los determinados en el artículo 26 del Decreto 4/2010, de 28 de enero (BOC de 8 de febrero).

Teniendo en cuenta la situación sanitaria provocada por la COVID-19 y para garantizar la continuidad del aprendizaje en función del escenario 1, 2 o 3 en que se desarrolle la docencia, se utilizarán programas de aprendizaje a distancia, plataformas de aprendizaje digital, cursos masivos en línea, etc., estableciendo un único método de comunicación y teletrabajo para todo el alumnado del ciclo. Por eso, durante las primeras sesiones del inicio de curso se dedicará especial atención a explicar pormenorizadamente las plataformas a utilizar.

La citada situación sanitaria va a condicionar este curso académico 2020/21, por lo que aplicar los principios metodológicos previstos en esta programación, así como la organización de los espacios y equipamientos, están condicionados a las diferentes situaciones que se puedan dar y al Protocolo General de Organización para el Desarrollo de la Actividad educativa en la Comunidad Autónoma de Cantabria durante este curso.

5.1 **Principios Metodológicos**

Toda actuación que se lleve a cabo en el proceso de enseñanza aprendizaje se va a sustentar en los siguientes principios psicopedagógicos:

Aprendizaje Significativo:

Se trata de pasar del aprendizaje memorístico y repetitivo al aprendizaje significativo (que los nuevos contenidos se relacionen con los anteriores permitiendo la reestructuración de los esquemas cognitivos).

Hay que procurar que las actividades presenten grados de dificultad ajustados y progresivos.

Aprendizaje Funcional:

Básico en todos los módulos profesionales de la Formación Profesional lo que supone la necesidad de conectar con los intereses y motivaciones de los alumnos a través de la exposición de contenidos prácticos que van a ser aplicados por ellos en el mundo real.

Aprender a Aprender:

Dando preferencia a métodos y actividades centrados en el alumno y que animen a un alto grado de implicación de este, el alumno con la ayuda del profesor conseguirá ser protagonista de su propio aprendizaje lo que le permitirá llevar a cabo aprendizajes significativos.

Otros:

Como pueden ser el trabajo en equipo, retroalimentación, intencionalidad, reforzamiento, participación e implicación...

5.2 Metodología Didáctica a Aplicar

-Al principio del curso se hará la presentación del módulo de, explicando sus características, los contenidos y los resultados de aprendizaje que deben adquirir los alumnos, así como la metodología que se va a llevar a cabo y los criterios de evaluación que se van a aplicar.

-Una presentación de cada bloque de contenidos intentando motivar a los alumnos.

-Al inicio de cada Unidad Didáctica, se hará una introducción de esta. Seguidamente se procederá a realizar las actividades iniciales que muestren los conocimientos y aptitudes previos del alumno, comentando entre todos los resultados para detectar las ideas preconcebidas y despertar el interés hacia el tema. Todo ello acompañado de imágenes en power point en aquellas unidades que sea posible.








-Posteriormente, se pasará a explicar los contenidos conceptuales intercalando actividades de apoyo como pueden ser la resolución de casos prácticos.

-Al finalizar cada Unidad Didáctica se propondrá a los alumnos la resolución de actividades de enseñanza-aprendizaje que faciliten la mejor comprensión del tema propuesto (actividades individuales, grupales y de debate). También se propondrán videos (Internet, you-tube...) a fin de mostrar al alumnado que lo aprendido no es algo ajeno a la realidad, así como cualquier texto que además de motivar al alumno a la lectura acerque la realidad al aula.

La metodología será activa y participativa, que facilite la interacción, fomente la responsabilidad sobre el aprendizaje, asegure la motivación, favorezca la modificación o adquisición de nuevas actitudes, posibilite el desarrollo de habilidades y potencie la evaluación como un proceso de retroalimentación continua.

Para la creación de páginas web, blogs, etc. se propone la utilización de Blogger por su facilidad de creación y mantenimiento.

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 un blog.
-  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 AdWords. Google Analytics.
-  Cross marketing, marketing de afiliación, relacional, viral, one-to-one, aplicaciones de Mobile marketing y TDT.

Durante este curso 2020/21 dada la delicada situación sanitaria, se priorizará los contenidos procedimentales más importantes según el criterio del profesor, que deberán adaptarse en función del escenario que nos encontremos.

6. MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD.



La diversidad del alumnado en los ciclos formativos de nuestro centro viene en mayor parte determinada por su distinta procedencia académica o profesional. También hay, aunque muy pocos casos, alumnos con algún tipo de discapacidad.

Las medidas para atender a la diversidad del alumnado serán las siguientes:

- Cuando el alumnado tenga distinta procedencia académica o profesional y esto origine distintos ritmos de aprendizaje:
 - o Si se trata de alumnado con alta capacidad intelectual que presenta un ritmo de aprendizaje superior al resto del grupo, se le plantearán actividades de profundización o ampliación que requieran un mayor rigor técnico sobre la materia una vez que haya realizado correctamente las tareas generales propuestas.
 - o Si se trata de alumnado con dificultades para alcanzar los resultados de aprendizaje, se le plantearán actividades de refuerzo.
- Cuando el ciclo formativo sea cursado por alumnado con algún tipo de discapacidad, se adecuarán las actividades formativas, los criterios y los procedimientos 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.
 - o En caso de concurrir en algún alumno la circunstancia de discapacidad física, se realizarían las adaptaciones necesarias en relación a los recursos y equipamientos del centro o la creación de materiales.
 - o Si concurre algún alumno con discapacidad sensorial, se requerirá el apoyo del Departamento de Orientación para realizar una correcta adaptación curricular individual y no significativa.

7. MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS.

- Libro de consulta: Santiago Iruretagoyena Pascual, «Comercio Electrónico». Editorial McGraw-Hill. (2015).
- Apuntes del profesor

- Será necesario el uso de la herramienta proporcionada por la consejería de educación office 365 de Microsoft, así como las aplicaciones incluidas en el paquete.
- Utilización de una cuenta de correo electrónico educantabria propuesta por la consejería
- Creación de un blog con la herramienta Blogger de Google.
- Creación de cuentas en redes sociales como, por ejemplo:
 -  Facebook.
 -  Instagram
- Presentaciones PowerPoint con el contenido de las unidades.
- Acceso a la web de Agencia Española de Protección de Datos: <http://www.agpd.es> Vídeos corporativos de empresas.
- Vídeos y tutoriales en YouTube.
- Creación y mantenimiento de una tienda online creada con WIX.

8. UTILIZACIÓN DE ESPACIOS Y EQUIPAMIENTOS.

Teniendo en cuenta la situación sanitaria provocada por la COVID-19 y para garantizar la continuidad del aprendizaje en función del escenario 1, 2 o 3 en que se desarrolle la docencia, se utilizarán programas de aprendizaje a distancia, plataformas de aprendizaje digital, cursos masivos en línea, etc., estableciendo un único método de comunicación y teletrabajo para todo el alumnado del ciclo. Por eso, durante las primeras sesiones del inicio de curso se dedicará especial atención a explicar pormenorizadamente las plataformas a utilizar.

La citada situación sanitaria va a condicionar este curso académico 2020/21, por lo que aplicar los principios metodológicos previstos en esta programación, así como la organización de los espacios y equipamientos, están condicionados a las diferentes situaciones que se puedan dar y al Protocolo General de Organización para el Desarrollo de la Actividad educativa en la Comunidad Autónoma de Cantabria durante este curso.

- Las clases serán impartidas en el aula de referencia de los alumnos, ya que en dicha aula se dispone de proyector y ordenador conectado a Internet.
- Durante el curso en determinadas unidades se utilizará el aula de informática.
- Durante la tercera evaluación se realizará una visita por el centro para la comprobar y hacer un inventario de los extintores, puertas de emergencia, pulsadores para avisar del incendio, señales,
- Se utilizará el Salón de Actos del centro para conferencias, exámenes, ...

9. CONCRECIÓN DEL DESARROLLO DE DESDOBLES.

Se tendrá en cuenta lo siguiente:

- Trabajo individual: para favorecer la reflexión y la práctica sobre los diversos contenidos, afianzar conceptos, comprobar el nivel del alumno y detectar dificultades.
- El grupo-clase: servirá para la exposición de los contenidos básicos, para la visualización de videos y presentaciones. Para favorecer la búsqueda de acuerdos, el debate y la puesta en común, especialmente, de conocimientos previos al comienzo de las unidades.
- El agrupamiento flexible, para la atención a grupos de ampliación o de refuerzo, así como para la orientación y ejecución de las actividades. Se realizará en grupo las actividades propuestas por el profesor. Se realizarán para favorecer actitudes cooperativas, intercambio de opiniones y búsqueda de soluciones conjuntas.
- Los apoyos docentes: Por las características del módulo no se contempla la presencia de otro profesor o docente en el aula.

El tiempo de una sesión diaria tipo dependerá de la unidad, que se esté impartiendo. El tiempo dedicado será diferente. Se tratará de que la parte práctica (si el tema ayuda) prime sobre la teórica.

10.ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES.

Durante este curso debido a la situación sanitaria provocada por el COVID-19, no se prevé ninguna actividad de este tipo durante el curso 20/21.

11.PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE.

11.1.- Marco de la Evaluación

Según el **Art. 51.2** del **R.D. 1147/2011**, de 29 de julio, por el que se establece la ordenación general de la Formación Profesional del sistema educativo “la evaluación se realizará tomando como referencia los objetivos expresados en resultados de aprendizaje, y los criterios de evaluación de cada uno de los módulos profesionales, así como de los objetivos generales del ciclo formativo o curso de especialización”

11.2.- Criterios de Evaluación

Se aplican los recogidos en la **Orden ECD/92/2013**, de 14 de agosto que establece el currículo del ciclo formativo de Grado Superior correspondiente al título de Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales en la Comunidad de Cantabria (punto 2.3 de la presente programación).

11.3.- Principios Generales de la Evaluación

El carácter **continuo y formativo** de la evaluación estará incluido en el proceso de enseñanza y aprendizaje, con el fin de detectar las dificultades en el momento en que se produzcan, averiguar sus causas y adoptar las medidas que se considere necesarias.

Respecto a cuándo evaluar deberemos empezar por la **evaluación inicial** que cumple una función de diagnóstico al proporcionarnos información acerca de la situación del alumno al comienzo del período de enseñanza. **La evaluación formativa** tiene por objeto recoger información a lo largo del proceso de enseñanza para valorar los progresos y dificultades de los alumnos ajustando la ayuda pedagógica a sus necesidades. Finalmente, la **función sumativa** de la evaluación tiene por objeto, ver en qué grado se han alcanzado los aprendizajes al final del período.

11.4.-Procedimientos e instrumentos de evaluación

No existe un instrumento o procedimiento ideal para evaluar, por ello es necesario utilizar técnicas variadas de evaluación.

Vamos a realizar en primer lugar, aquellas que permiten evaluar el aprendizaje del alumno a través de las actividades habituales de enseñanza, y en segundo lugar las actividades o pruebas específicas de evaluación.

- a) En cuanto a la evaluación del aprendizaje a través de las actividades de enseñanza, resaltaremos la **observación del trabajo de los alumnos** como un procedimiento esencial para comprobar su progreso, puesto que proporciona información de los alumnos en situaciones diversas y sin las interferencias que provoca el saber que están siendo examinados. Estos trabajos proporcionan al profesor un tipo de información muy valiosa sobre hábitos y métodos de trabajo. Valoraremos la **actitud del alumno hacia la materia**: atención en clase, asistencia regular, puntualidad e interés, compañerismo.
- b) Se tendrán en cuenta también **otras actividades y trabajos realizados fuera del aula** y encargados por el profesor (comentarios, lecturas recomendadas plan lector, ejercicios propuestos,).
- c) En cuanto a las **pruebas específicas de evaluación**, utilizaremos de forma aleatoria las siguientes pruebas:
 - o ***Pruebas objetivas*** caracterizadas por exigir respuestas cortas que permitan evaluar la memorización, concentración y seguridad de sus conocimientos, así como la utilización adecuada de términos e identificación de conceptos. Estas pruebas específicas se compondrán de preguntas de respuesta corta, preguntas de verdadero o falso, de opción múltiple o tipo test, ejercicios de ordenación y de formar parejas y ejercicios prácticos

relacionados con la materia. Estas pruebas pueden ser comentadas, de forma que el alumno deberá comentar o justificar una respuesta.

- **Pruebas de definición de conceptos** en los que se pide al alumnado que exprese un concepto o que proponga ejemplos que lo ilustren.
- **Pruebas de exposición temática** que permitan evaluar la capacidad para manejar una extensa información y presentarla de forma ordenada y coherente.
- **Pruebas de resolución de ejercicios** que permiten evaluar la aplicación de los conceptos teóricos a la práctica.

La evaluación se realizará atendiendo a dos tipos de actuación: "la evaluación continua", que se llevará cabo a lo largo de todo el proceso de enseñanza-aprendizaje y la "evaluación final", que valorará los resultados del alumno al final del periodo lectivo anual.

12. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN.

La calificación de la materia se obtendrá por media aritmética ponderada de las notas obtenidas por el alumnado.

La evaluación continua se realizará mediante la valoración por el profesor del proceso de aprendizaje a lo largo del curso académico, y fundamentalmente por los resultados obtenidos en las evaluaciones correspondientes en relación con la información ofrecida por el profesor de los contenidos programados en cada una de ellas, y de acuerdo a los siguientes tipos de actuación:

- Prueba clásica o examen.** Podrán ser de tipo test, preguntas cortas o de desarrollo, o casos prácticos. En caso de ser de tipo test, Se especificará en cada ítem el valor de cada uno de ellos. Podrá haber preguntas con respuestas verdaderas múltiples. (En caso de realizar varias pruebas, la calificación será la media aritmética, podrá sustituirse la realización de una prueba escrita por un trabajo sobre el contenido impartido en cada bloque). **(70%)**
- La calificación correspondiente a **las actividades y trabajos** que se vayan desarrollando durante el bloque correspondiente, serán realizadas en el aula, dichos trabajos podrán ser en grupo o individuales. **(20%)**. En el caso de no haberse realizado ninguna actividad contemplada en este punto (b), durante la evaluación, el 20% correspondiente pasará a sumarse en el punto (a). Pasando a computar un 90%.
- La actitud demostrada** del alumno en el módulo: puntualidad, interés, participación en clase, en la realización de actividades, en la entrega de trabajos, etc. La puntuación correspondiente a este apartado será a juicio del profesor. **(10%)**.
- En caso de pasar a un escenario 2 o 3 se podrán modificar los criterios de ponderación establecidos para obtener la calificación del módulo en función de las pruebas objetivas, tareas, trabajo de clase, etc. Según lo que se recoja en las instrucciones que dicte la Consejería de

Educación, Formación Profesional y Turismo en ese momento.

Para superar las evaluaciones el alumno tiene que alcanzar como mínimo una calificación positiva igual o superior a 5.

Se entenderá que el módulo ha sido superado por el alumno, cuando tenga aprobadas (nota igual o superior a 5) cada una de las evaluaciones del curso

NOTA: El profesor a principios de curso, informará por escrito a los alumnos acerca de los resultados de aprendizaje, contenidos y criterios de evaluación de la materia, así como los requisitos mínimos exigibles para obtener una calificación positiva en ella.

12.1.-Plan de Recuperación de Evaluaciones

a.- Recuperación de evaluaciones

Se harán recuperaciones de las evaluaciones suspensas. Dichas recuperaciones se harán en fecha posterior a la sesión de evaluación.

Las pruebas de recuperación de evaluaciones serán similares a las realizadas durante la evaluación. 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.

b.- Prueba recuperación final primera de evaluaciones de marzo

Si en marzo el alumno tiene alguna evaluación suspensa solo se examinará de las evaluaciones suspensas. Las pruebas de recuperación de evaluaciones serán similares a las realizadas durante la evaluación. Los contenidos de esta prueba versarán sobre los contenidos mínimos.

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 aritmética de todas las evaluaciones.

Para la superación del módulo, será requisito indispensable tener aprobadas (calificación igual o superior a 5) todas las evaluaciones.

c.- Prueba recuperación final de junio

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

La prueba de recuperación junio puede incluir cuestiones tipo test, preguntas cortas abiertas y supuestos prácticos. . Los contenidos de esta prueba versarán sobre los contenidos mínimos.

Para superar la prueba final segunda de junio, el alumno tiene que alcanzar como mínimo una calificación positiva igual o superior a 5. La nota final será de 5, en caso de aprobar el módulo.

d.- Recuperación de pendientes

Los alumnos con el módulo suspenso, después de la convocatoria final segunda de junio, 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 puede incluir cuestiones tipo test, preguntas cortas abiertas y supuestos prácticos. Para superar la prueba el alumno tiene que alcanzar como mínimo una calificación positiva igual o superior a 5.

e- Aplicación del derecho a la evaluación continúa

Los alumnos que tengan un número de faltas justificadas o injustificadas de asistencia a clase igual o superior al 15% del total de horas lectivas del módulo profesional se someterán, al finalizar el curso, a una prueba única que contendrá todos los contenidos programados para el presente curso escolar.

Esta prueba puede incluir cuestiones tipo test, preguntas cortas abiertas y supuestos prácticos. La prueba versará sobre los contenidos mínimos exigibles.

12.2 - Practicas consideradas fraudulentas.

Se consideran prácticas fraudulentas en las pruebas de evaluación o en la presentación de trabajos académicos evaluables en el Departamento de Comercio y Marketing del IES "Las Llamas" las siguientes conductas:

1. Copiar los escritos de otros compañeros en los exámenes y otras pruebas de evaluación del procedimiento de aprendizaje del estudiante.
2. Transmitir a otros compañeros información, por vía oral o escrita y por cualquier medio, incluidos los electrónicos, durante la realización de un examen o prueba de evaluación que deba realizarse individualmente y que se refiera al contenido de la prueba, con el fin de defraudar.
3. Realizar un examen o prueba de evaluación de cualquier tipo suplantando la personalidad de otro estudiante, así como concertar o aceptar dicha actuación por parte del suplantado.
4. Utilizar materiales escritos no autorizados o medios telefónicos, electrónicos o informáticos para acceder de manera fraudulenta a datos, textos o informaciones de utilización no autorizada durante una prueba de evaluación y relacionados con la misma.
5. Mantener encendidos y al alcance cualesquiera medios telefónicos, electrónicos o informáticos durante la realización de una prueba evaluable, salvo que por el profesor se haya expresado la posibilidad de hacer uso de ellos durante el desarrollo de la misma.
6. Introducir en el aula de examen o lugar de la prueba de evaluación dispositivos telefónicos, electrónicos o informáticos cuando haya sido prohibido por los profesores responsables de las pruebas.
7. Acceder de manera fraudulenta y por cualquier medio al conocimiento de las preguntas o supuestos

prácticos de una prueba de evaluación, así como a las respuestas correctas, con carácter previo a la realización de la prueba, y no poner en conocimiento del profesor responsable el conocimiento previo casual de dicha información.

8. Acceder de manera ilícita o no autorizada a equipos informáticos, cuentas de correo y repositorios ajenos con la finalidad de conocer los contenidos y respuestas de las pruebas de evaluación y de alterar el resultado de las mismas, en beneficio propio o de un tercero.

9. Manipular o alterar ilícitamente por cualquier medio las calificaciones académicas.

10. Negarse a identificarse durante la realización de un examen o prueba de evaluación, cuando sea requerido para ello por el profesor responsable.

11. Negarse a entregar el examen o prueba de evaluación realizado cuando sea requerido para ello por el profesor responsable.

12. Plagiar trabajos, esto es, copiar textos sin citar su procedencia o fuente empleada, y dándolos como de elaboración propia, en los textos o trabajos sometidos a cualquier tipo de evaluación académica.

13. Cambiar o retocar textos ajenos para presentarlos como propios, sin citar su procedencia, en cualquier trabajo sometido a evaluación académica.

14. Infringir cualesquiera otras normas establecidas con carácter obligatorio para la realización de los exámenes o pruebas de evaluación por parte del profesor responsable.

CONSECUENCIAS DE LA COMISIÓN DE PRÁCTICAS FRAUDULENTAS DURANTE EL PROCESO DE EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

La comisión de las conductas fraudulentas descritas anteriormente comportará para los autores y, en su caso, para los cooperadores necesarios la nulidad de la prueba o procedimiento de evaluación correspondiente, con la consiguiente calificación de suspenso y la numérica de 0.

Excepcionalmente, el profesor responsable podrá acordar otra calificación distinta, de manera justificada, si considera que el supuesto fraude o práctica prohibida es leve o poco relevante y afecta solo parcialmente al resultado de la prueba.

Asimismo y en función de las circunstancias concurrentes, las conductas anteriormente descritas podrán ser consideradas faltas, ya sea conductas contrarias a la convivencia o conductas gravemente perjudiciales para la convivencia, de conformidad con lo dispuesto en el Decreto 53/2009, de 25 de junio, que regula la convivencia escolar y los derechos y deberes de la comunidad educativa en la Comunidad Autónoma de Cantabria, modificado por Decreto 30/2017, de 11 de mayo, y dar lugar a la instrucción de un expediente disciplinario.

Determinadas prácticas fraudulentas de especial gravedad podrían ser incluso constitutivas de delitos, en cuyo caso la Dirección del centro tiene la obligación de poner los hechos en conocimiento de los cuerpos

de seguridad correspondientes y del Ministerio fiscal.

NOTA: el uso del teléfono móvil está prohibido en clase de acuerdo a lo aprobado por el Departamento de Comercio y Marketing. A aquel alumno al que el profesor avise o llame la atención por uso inadecuado y no autorizado del mismo se le restará un punto de la calificación final de la evaluación en la que se le dio el aviso.

13.ASPECTOS CURRICULARES MÍNIMOS PARA SUPERAR EL MÓDULO.

Contenidos básicos:

Aplicación de las directrices del plan de marketing digital:

- 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.
- Marketing viral.
- Marketing one-to-one.
- Aplicaciones del mobile marketing y TDT, entre otros.
- Internet TV, video blogs y web TV, entre otros.

Realización de acciones de compraventa online:

- 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: e-shop, e-mail, e-procurement, e-marketplace y e-auction, entre otros.

Realización del mantenimiento de la página web:

- 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.
- Catálogo online.
- Flujos de caja y financiación de la tienda online.
- Zonas calientes y zonas de usuario.
- El carrito de la compra online.

Establecimiento de relaciones con otros usuarios de la red:

- Los grupos de conversación o chat: programas IRC y programaswebchat.
- Servicio de mensajería instantánea.
- Telefonía por Internet.
- Los foros: leer y escribir en un foro.
- Los grupos de discusión.
- Redes sociales.
- Web logs, blogs 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.

Utilización de entornos Web 2.0:

- Concepto y características.
- Funcionalidades: opiniones y foros de usuarios.
- Reputación corporativa online.
- Objetivos que hay que alcanzar.

- Herramientas del marketing online utilizadas en la Web2.0.
- 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.

14.RELACIÓN CON OTROS PLANES, PROGRAMAS O PROYECTOS.

La contribución de esta programación a los planes, programas y proyectos del instituto se pone de manifiesto de la siguiente forma:

- **Plan de Atención a la Diversidad**: Esta programación recoge medidas de atención a la diversidad.
- **Plan de Acción Tutorial (PAT)**: Se debe organizar el proceso de enseñanza-aprendizaje del grupo de ciclo para poder trabajar a lo largo del curso los siguientes temas: pre y post evaluaciones con el alumnado; entrevistas individuales de orientación; aclarar aspectos en los en los que hay dudas.
- **Plan de Convivencia**: Ayudan a establecer unas pautas de relación y trato entre compañeros colaborando con el plan de convivencia y prevención de conductas violentas.
- **Plan de Actuación T.I.C.**: Utilización de los medios informáticos como instrumento de consulta y búsqueda de información. Potenciar la presentación de trabajos con soporte digital, informando sobre páginas especialmente interesantes para la materia.
- **Plan Lector**: Favoreciendo que el desarrollo de la competencia lectora se convierta en elemento prioritario de la materia de forma que los alumnos se expresen de forma correcta. Se trata de la utilización y contextualización de términos/vocabulario propios y específicos de los contenidos que se estén desarrollando en ese momento, así como de los generales y propios de la Logística. Lectura comprensiva en clase del libro de texto, apuntes desarrollados en el departamento sobre los contenidos que se estén impartiendo o cualquier otro documento (recortes prensa, noticias...)

Se contempla el Plan Lector de tal manera que el alumno perciba que: La lectura sirve para informarnos; la lectura sirve para aprender; la lectura sirve para disfrutar y la lectura sirve para opinar.

Como complemento a los contenidos impartidos en las diferentes unidades, es interesante hacer una aproximación al mundo real a través de las noticias que aparecen en la prensa diaria o especializada. Esto permite que los alumnos vean la aplicación práctica de lo que están viendo en clase.

15.EVALUACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA Y DE LA PRÁCTICA DOCENTE.

En el contexto de la mejora continua, todo proceso es susceptible de ser perfeccionado y esta

programación no es una excepción. Como programación anual del módulo, se ve inmersa en una dinámica que permite su modificación año tras año examinando elementos que aporten información extra enfocada a actualizar, y en su caso mejorar todos sus apartados.

Para la evaluación de esta programación se utilizarán dos cauces. El primero consistirá en realizar un análisis comparativo de los resultados obtenidos por los alumnos que han seguido el enfoque presentado en este trabajo con respecto a los resultados del curso anterior.

El segundo cauce consistirá en realizar encuestas anónimas al alumnado para que en cierta medida evalúe la práctica docente. Esta encuesta se realizará un mes antes de la finalización del curso y en ella se insertarán preguntas para detectar en el alumnado aspectos relacionados con:

- El conocimiento que tienen de los resultados de aprendizaje, contenidos, criterios de evaluación y criterios de calificación de la asignatura.
- La utilidad de los recursos educativos empleados.
- La conveniencia de la metodología didáctica seguida.
- Su grado de satisfacción con la filosofía de atención a la diversidad.
- Otros aspectos que en su momento se consideren útiles.

16. ANEXO:

HOJA INFORMATIVA ALUMNOS

1 OBJETIVOS

Objetivos Generales del Ciclo Formativo en relación con el Módulo.

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.

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.

2.2.- Competencias profesionales, personales y sociales

Las competencias profesionales, personales y sociales de este título, relacionadas con el módulo **Comercio Electrónico**, son las siguientes:

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.

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.

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.

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.

o) Comunicarse eficazmente, respetando la autonomía y competencia de las distintas personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.

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.

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.

2.3.-Objetivos del módulo expresados en Resultados de aprendizaje y Criterios de Evaluación

La orden Orden ECD/82/2014, de 25 de junio, que establece el currículo del ciclo formativo de Grado Medio correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales en la Comunidad Autónoma de Cantabria recoge los objetivos del módulo expresados en resultados de aprendizaje.

RA 1. Aplica las directrices del plan de marketing digital de la empresa, participando en su ejecución y sostenimiento.

Criterios de evaluación:

- Se han examinado las características generales y particulares de un plan de marketing digital capaz de alcanzar los objetivos comerciales de la empresa.
- Se han ejecutado los procesos de posicionamiento y marketing online.
- Se han ejecutado los procesos de publicidad y promoción online ajustados a la normativa legal existente.
- Se han identificado los elementos que configuran el marketing de buscadores.
- Se han evaluado los desafíos del marketing electrónico: la confianza en los medios de pago, los problemas logísticos y de seguridad.
- Se han gestionado electrónicamente las relaciones con los clientes, definiendo la programa de fidelización y las herramientas que se van a utilizar.
- Se han reconocido las nuevas tendencias de comunicación y relación con el cliente en el marketing digital.

RA 2. Realiza las acciones necesarias para efectuar ventas online, aplicando las políticas de comercio electrónico definidas por la empresa.

Criterios de evaluación:

- Se han establecido los parámetros necesarios para crear o adaptar un negocio online.
- Se han definido acciones de captación de clientes enfocadas al comercio electrónico.
- Se han identificado los modelos de negocio convencionales y electrónicos existentes en la red.
- Se ha diseñado una tienda virtual.
- Se ha planificado la gestión de los pedidos recibidos y todo el proceso logístico.
- Se han establecido los medios de pago que se van a utilizar.
- Se han seleccionado los sistemas de seguridad que garanticen la privacidad e invulnerabilidad de las operaciones.

RA 3. Realiza el mantenimiento de la página web corporativa, la tienda electrónica y el catálogo online, utilizando aplicaciones informáticas y lenguajes específicos.

Criterios de evaluación:

- Se han redactado sentencias en lenguaje de etiquetas de hipertexto (HTML).

- Se han utilizado programas comerciales para crear los ficheros que componen las páginas web.
- Se ha registrado la dirección de páginas web con dominio propio o con alojamiento gratuito.
- Se han enviado los ficheros web creados al servidor de Internet mediante programas especializados en esta tarea.
- Se han utilizado programas específicos de inclusión de textos, imágenes y sonido.
- Se ha construido una página web eficiente para el comercio electrónico.
- Se han incluido en la web enlaces de interés capaces de generar tráfico orientado e interesado en lo que se ofrece.

RA 4. Establece foros de comunicación entre usuarios, utilizando las redes sociales de ámbito empresarial.

Criterios de evaluación:

- Se han utilizado programas web para mantener cibercharlas de texto.
- Se han manejado aplicaciones de mensajería instantánea.
- Se han aplicado sistemas de comunicación oral que utilizan solo sonido o sonido e imagen.
- Se han propuesto temas de contenido profesional a través de blogs temáticos.
- Se han establecido contactos sobre temas concretos a través de blogs temáticos de contenido profesional.
- Se han efectuado comunicaciones, publicidad y ventas con otros usuarios de la red a través de redes sociales.
- Se han generado contenidos audiovisuales y fotográficos de la actividad, productos y procesos comerciales.

R5. Utiliza entornos de trabajo dirigidos al usuario final (Web 2.0), integrando herramientas informáticas y recursos de Internet.

Criterios de evaluación:

- Se han definido los modelos y funcionalidades Web 2.0. existentes en la red.
- Se han utilizado los recursos gratuitos y libres incluidos en los sitios Web2.0.
- Se han aplicado los resultados obtenidos en el entorno Web 2.0 mediante la información (feed back) proporcionada por los usuarios.
- 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.

- Se han seleccionado las acciones necesarias para integrar el comercio electrónico con funcionalidades propias de la Web2.0.

2.4.- Orientaciones pedagógicas.

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 estas funciones 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.

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.
- Atención de las ventas gestionadas desde la tienda virtual.
- Utilización de aplicaciones informáticas de creación y mantenimiento de páginas web.
- Inclusión de contenidos comerciales en redes sociales.

2 CONTENIDOS

Durante este curso debido a la situación sanitaria provocada por el COVID-19, el profesor orientará su proceso de enseñanza aprendizaje a aquellos contenidos procedimentales prioritarios que se determinen, en función de los escenarios que se puedan dar.

Los contenidos del módulo están recogidos en la **Orden ECD/82/2014, de 25 de junio**, donde se establece el currículo del ciclo formativo de Grado Medio correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales en la Comunidad Autónoma de Cantabria.

1. Aplicación de las directrices del plan de marketing digital:

- Plan de marketing digital: las políticas del “e-marketing mix”. Alta en buscadores y en directorios especializados.
- Características específicas del cliente online. Boletines electrónicos enviados con email marketing.
- Diseño de blogs corporativos: modalidades. Objetivos alcanzables con un blog.
- Marketing en buscadores: SEM, SEO y campañas en páginas afines. Selección de palabras clave. Cómo alcanzar un buen posicionamiento natural SEO y de pago SEM.
- Normativa sobre comunicaciones electrónicas y privacidad.
- Pagos con dinero electrónico y pagos en línea: seguridad y protección contra el fraude.
- Marketing de afiliación.
- Marketing relacional y la gestión de la relación con los clientes (CRM). “Cross marketing”.
- Marketing viral: “blogs”, “buzz2, marketing, comunidades virtuales y online “net-working”.
- Marketing “one-to-one”.
- Aplicaciones del Mobile marketing y TDT, banca móvil, compras inalámbricas y publicidad dirigida, entre otros.
- Internet TV, video blogs 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 acciones de compraventa online:

- Idea y diseño de una tienda virtual: gestión y mantenimiento.
- 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: la gestión de la satisfacción como garantía de recuperación de clientes.
- Medios de pago electrónico: las tarjetas para pagos online. Otros medios de pago electrónicos.
- Períodos de reflexión y cancelaciones.
- Seguridad en las transacciones electrónicas: cifrado, firma digital, certificados digitales y DNI electrónico. Entidades certificadoras raíz. El “spyware” (programas espías).
- Encriptación. Protocolos de seguridad: SSL (“secure socket layer”), SET (“secure electronic transaction”) y 3D “secure”.
- Negocios electrónicos: “e-shop”, “e-mail”, “e-procurement”, “e market place” y “e-auction”, entre otros.

3. Realización del mantenimiento de la página web:

Estructurar una página web corporativa. Lenguaje HTML.

- Creación de páginas web con los editores web más usuales: trabajar con textos. El estilo y el formato de múltiples páginas web al mismo tiempo. El color y el diseño web. Trabajar con imágenes. Crear hipervínculos y páginas interactivas.
- Trabajar con formularios. Agregar contenido multimedia.
- Elección del servidor para alojar páginas web: tener una dirección propia o recurrir a una gratuita.
- 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.

4. Establecimiento de relaciones con otros usuarios de la red:

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

- Servicio de mensajería instantánea.
- Telefonía por Internet. Videoconferencia.
- Los foros: leer y escribir en un foro.
- Los grupos de discusión.
- Redes sociales.
 - “Weblogs”, blogs o bitácoras. Distintas modalidades de “weblogs”.
- Redes sociales para empresas.
- Añadir elementos a una página de una red social. Mensajes en el muro. Compartir mensajes. Responder y borrar un mensaje del muro. Crear perfiles. Utilizar elementos fotográficos y audiovisuales en una página de una red social.
- Añadir aplicaciones profesionales a una página. Organizar eventos. Realizar encuestas.
- Cómo buscar un grupo interesante.
- Crear una red de contactos influyentes. Gestionar equipos de trabajo.
- Comprar y vender en redes sociales.

5. Utilización de entornos Web2.0:

- Concepto y características.
- Funcionalidades: opiniones y foros de usuarios.
- Reputación corporativa online.
- Objetivos que hay que alcanzar: transparencia, utilidad, participación y fidelización.
- Herramientas del marketing online utilizadas en la Web 2.0: marketing en medios sociales (SMM). Mail. Blog. Páginas web editadas por muchos usuarios (“wikis”). “Banner”. “Widget”. “Gadget2. Contenidos actualizados de una web (RSS).
- Vídeo. Ficheros de audio en MP3 (“podscat”). Foros.
- Webs integradas: comparadores de precios, webs de subastas, sistemas para opinar sobre productos, herramientas sociales de recomendación y ventas cruzadas.
- 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: robo de datos, suplantación de identidad y propagación de virus

3 DISTRIBUCIÓN TEMPORAL

Las 6 horas restantes, hasta 120, se dedicarán para realizar controles/exámenes de evaluación y reforzar las actividades de aplicación que presenten mayor dificultad.

UNIDADES DE TRABAJO		HORAS	S	O	N	D	E	F	M	
U.T.0	Introducción al módulo	6	6							1ª Evaluación
U.T.1	Origen de Internet	6	2	4						
U.T.2	Seguridad en internet	9		9						
U.T.3	Herramientas del Marketing	11		11						
U.T.4	Plan de Marketing	16			16					
U.T.5	Web 2.0, RRSS, Bloggs	12			8	4				2ª Evaluación
U.T.6	Facebook	8				4	4			
U.T.7	Instagram	8					8			
U.T.8	Creación y mantenimiento de una Tienda Online	38					12	18	8	
TOTALES		114	8	24	24	8	24	18	8	

4 MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS

- Apuntes del profesor (teams)
- Libro de consulta: Santiago Iruretagoyena Pascual, «Comercio Electrónico». Editorial McGraw-Hill. (2015).
- Será necesario el uso de la herramienta proporcionada por la consejería de educación office 365 de Microsoft, así como las aplicaciones incluidas en el paquete.
- Utilización de una cuenta de correo electrónico educantabria propuesta por la consejería
- Creación de un blog con la herramienta Blogger de Google.
- Creación de cuentas en redes sociales como, por ejemplo:
 - ☞ Facebook.
 - ☞ Instagram
- Presentaciones PowerPoint con el contenido de las unidades.
- Acceso a la web de Agencia Española de Protección de Datos: <http://www.agpd.es> Vídeos corporativos de empresas.
- Vídeos y tutoriales en Youtube.

- Creación y mantenimiento de una tienda online creada con WIX.

5 PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE.

5.1.- Marco de la Evaluación

Según el **Art. 51.2** del **R.D. 1147/2011**, de 29 de julio, por el que se establece la ordenación general de la Formación Profesional del sistema educativo “la evaluación se realizará tomando como referencia los objetivos expresados en resultados de aprendizaje, y los criterios de evaluación de cada uno de los módulos profesionales, así como de los objetivos generales del ciclo formativo o curso de especialización”

5.2.- Criterios de Evaluación

Se aplican los recogidos en la **Orden ECD/92/2013**, de 14 de agosto que establece el currículo del ciclo formativo de Grado Superior correspondiente al título de Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales en la Comunidad de Cantabria (punto 2.3 de la presente programación).

5.3.- Principios Generales de la Evaluación

El carácter **continuo y formativo** de la evaluación estará incluido en el proceso de enseñanza y aprendizaje, con el fin de detectar las dificultades en el momento en que se produzcan, averiguar sus causas y adoptar las medidas que se considere necesarias.

Respecto a cuándo evaluar deberemos empezar por la **evaluación inicial** que cumple una función de diagnóstico al proporcionarnos información acerca de la situación del alumno al comienzo del período de enseñanza. **La evaluación formativa** tiene por objeto recoger información a lo largo del proceso de enseñanza para valorar los progresos y dificultades de los alumnos ajustando la ayuda pedagógica a sus necesidades. Finalmente, la **función sumativa** de la evaluación tiene por objeto, ver en qué grado se han alcanzado los aprendizajes al final del período.

5.4.-Procedimientos e instrumentos de evaluación

No existe un instrumento o procedimiento ideal para evaluar, por ello es necesario utilizar técnicas variadas de evaluación.

Vamos a realizar en primer lugar, aquellas que permiten evaluar el aprendizaje del alumno a través de las actividades habituales de enseñanza, y en segundo lugar las actividades o pruebas específicas de evaluación.

- d) En cuanto a la evaluación del aprendizaje a través de las actividades de enseñanza,

resaltaremos la **observación del trabajo de los alumnos** como un procedimiento esencial para comprobar su progreso, puesto que proporciona información de los alumnos en situaciones diversas y sin las interferencias que provoca el saber que están siendo examinados. Estos trabajos proporcionan al profesor un tipo de información muy valiosa sobre hábitos y métodos de trabajo. Valoraremos la **actitud del alumno hacia la materia**: atención en clase, asistencia regular, puntualidad e interés, compañerismo.

- e) Se tendrán en cuenta también **otras actividades y trabajos realizados fuera del aula** y encargados por el profesor (comentarios, lecturas recomendadas plan lector, ejercicios propuestos,).
- f) En cuanto a las **pruebas específicas de evaluación**, utilizaremos de forma aleatoria las siguientes pruebas:
- ***Pruebas objetivas*** caracterizadas por exigir respuestas cortas que permitan evaluar la memorización, concentración y seguridad de sus conocimientos, así como la utilización adecuada de términos e identificación de conceptos. Estas pruebas específicas se compondrán de preguntas de respuesta corta, preguntas de verdadero o falso, de opción múltiple o tipo test, ejercicios de ordenación y de formar parejas y ejercicios prácticos relacionados con la materia. Estas pruebas pueden ser comentadas, de forma que el alumno deberá comentar o justificar una respuesta.
 - ***Pruebas de definición de conceptos*** en los que se pide al alumnado que exprese un concepto o que proponga ejemplos que lo ilustren.
 - ***Pruebas de exposición temática*** que permitan evaluar la capacidad para manejar una extensa información y presentarla de forma ordenada y coherente.
 - ***Pruebas de resolución de ejercicios*** que permiten evaluar la aplicación de los conceptos teóricos a la práctica.

La evaluación se realizará atendiendo a dos tipos de actuación: "la evaluación continua", que se llevará cabo a lo largo de todo el proceso de enseñanza-aprendizaje y la "evaluación final", que valorará los resultados del alumno al final del periodo lectivo anual.

6 CRITERIOS DE CALIFICACIÓN.

La calificación de la materia se obtendrá por media aritmética ponderada de las notas obtenidas por el alumnado.

La evaluación continua se realizará mediante la valoración por el profesor del proceso de aprendizaje a lo largo del curso académico, y fundamentalmente por los resultados obtenidos en las evaluaciones correspondientes en relación con la información ofrecida por el profesor de los contenidos programados en

cada una de ellas, y de acuerdo a los siguientes tipos de actuación:

- a) **Prueba clásica o examen.** Podrán ser de tipo test, preguntas cortas o de desarrollo, o casos prácticos. En caso de ser de tipo test, Se especificará en cada ítem el valor de cada uno de ellos. Podrá haber preguntas con respuestas verdaderas múltiples. (En caso de realizar varias pruebas, la calificación será la media aritmética, podrá sustituirse la realización de una prueba escrita por un trabajo sobre el contenido impartido en cada bloque). **(70%)**
- b) La calificación correspondiente a **las actividades y trabajos** que se vayan desarrollando durante el bloque correspondiente, serán realizadas en el aula, dichos trabajos podrán ser en grupo o individuales. **(20%)**. En el caso de no haberse realizado ninguna actividad contemplada en este punto (b), durante la evaluación, el 20% correspondiente pasará a sumarse en el punto (a). Pasando a computar un 90%.
- c) **La actitud demostrada** del alumno en el módulo: puntualidad, interés, participación en clase, en la realización de actividades, en la entrega de trabajos, etc. La puntuación correspondiente a este apartado será a juicio del profesor. **(10%)**.
- d) En caso de pasar a un escenario 2 o 3 se podrán modificar los criterios de ponderación establecidos para obtener la calificación del módulo en función de las pruebas objetivas, tareas, trabajo de clase, etc. Según lo que se recoja en las instrucciones que dicte la Consejería de Educación, Formación Profesional y Turismo en ese momento.

Para superar las evaluaciones el alumno tiene que alcanzar como mínimo una calificación positiva igual o superior a 5.

Se entenderá que el módulo ha sido superado por el alumno, cuando tenga aprobadas (nota igual o superior a 5) cada una de las evaluaciones del curso

NOTA: El profesor a principios de curso, informará por escrito a los alumnos acerca de los resultados de aprendizaje, contenidos y criterios de evaluación de la materia, así como los requisitos mínimos exigibles para obtener una calificación positiva en ella.

7 PLAN DE RECUPERACIÓN DE EVALUACIONES

a.- Recuperación de evaluaciones

Se harán recuperaciones de las evaluaciones suspensas. Dichas recuperaciones se harán en fecha posterior a la sesión de evaluación.

Las pruebas de recuperación de evaluaciones serán similares a las realizadas durante la evaluación. 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.

b.- Prueba recuperación final primera de evaluaciones de marzo

Si en marzo el alumno tiene alguna evaluación suspensa solo se examinará de las evaluaciones suspensas. Las pruebas de recuperación de evaluaciones serán similares a las realizadas durante la evaluación. Los contenidos de esta prueba versarán sobre los contenidos mínimos.

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 aritmética de todas las evaluaciones.

Para la superación del módulo, será requisito indispensable tener aprobadas (calificación igual o superior a 5) todas las evaluaciones.

c.- Prueba recuperación final de junio

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

La prueba de recuperación junio puede incluir cuestiones tipo test, preguntas cortas abiertas y supuestos prácticos. . Los contenidos de esta prueba versarán sobre los contenidos mínimos.

Para superar la prueba final segunda de junio, el alumno tiene que alcanzar como mínimo una calificación positiva igual o superior a 5. La nota final será de 5, en caso de aprobar el módulo.

d.- Recuperación de pendientes

Los alumnos con el módulo suspenso, después de la convocatoria final segunda de junio, 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 puede incluir cuestiones tipo test, preguntas cortas abiertas y supuestos prácticos. Para superar la prueba el alumno tiene que alcanzar como mínimo una calificación positiva igual o superior a 5.

e- Aplicación del derecho a la evaluación continúa

Los alumnos que tengan un número de faltas justificadas o injustificadas de asistencia a clase igual o superior al 15% del total de horas lectivas del módulo profesional se someterán, al finalizar el curso, a una prueba única que contendrá todos los contenidos programados para el presente curso escolar.

Esta prueba puede incluir cuestiones tipo test, preguntas cortas abiertas y supuestos prácticos. La prueba versará sobre los contenidos mínimos exigibles.

7.1 - Practicas consideradas fraudulentas.

Se consideran prácticas fraudulentas en las pruebas de evaluación o en la presentación de trabajos académicos evaluables en el Departamento de Comercio y Marketing del IES “Las Llamas” las siguientes conductas:

1. Copiar los escritos de otros compañeros en los exámenes y otras pruebas de evaluación del procedimiento de aprendizaje del estudiante.

2. Transmitir a otros compañeros información, por vía oral o escrita y por cualquier medio, incluidos los electrónicos, durante la realización de un examen o prueba de evaluación que deba realizarse individualmente y que se refiera al contenido de la prueba, con el fin de defraudar.
3. Realizar un examen o prueba de evaluación de cualquier tipo suplantando la personalidad de otro estudiante, así como concertar o aceptar dicha actuación por parte del suplantado.
4. Utilizar materiales escritos no autorizados o medios telefónicos, electrónicos o informáticos para acceder de manera fraudulenta a datos, textos o informaciones de utilización no autorizada durante una prueba de evaluación y relacionados con la misma.
5. Mantener encendidos y al alcance cualesquiera medios telefónicos, electrónicos o informáticos durante la realización de una prueba evaluable, salvo que por el profesor se haya expresado la posibilidad de hacer uso de ellos durante el desarrollo de la misma.
6. Introducir en el aula de examen o lugar de la prueba de evaluación dispositivos telefónicos, electrónicos o informáticos cuando haya sido prohibido por los profesores responsables de las pruebas.
7. Acceder de manera fraudulenta y por cualquier medio al conocimiento de las preguntas o supuestos prácticos de una prueba de evaluación, así como a las respuestas correctas, con carácter previo a la realización de la prueba, y no poner en conocimiento del profesor responsable el conocimiento previo casual de dicha información.
8. Acceder de manera ilícita o no autorizada a equipos informáticos, cuentas de correo y repositorios ajenos con la finalidad de conocer los contenidos y respuestas de las pruebas de evaluación y de alterar el resultado de las mismas, en beneficio propio o de un tercero.
9. Manipular o alterar ilícitamente por cualquier medio las calificaciones académicas.
10. Negarse a identificarse durante la realización de un examen o prueba de evaluación, cuando sea requerido para ello por el profesor responsable.
11. Negarse a entregar el examen o prueba de evaluación realizado cuando sea requerido para ello por el profesor responsable.
12. Plagiar trabajos, esto es, copiar textos sin citar su procedencia o fuente empleada, y dándolos como de elaboración propia, en los textos o trabajos sometidos a cualquier tipo de evaluación académica.
13. Cambiar o retocar textos ajenos para presentarlos como propios, sin citar su procedencia, en cualquier trabajo sometido a evaluación académica.
14. Infringir cualesquiera otras normas establecidas con carácter obligatorio para la realización de los exámenes o pruebas de evaluación por parte del profesor responsable.

CONSECUENCIAS DE LA COMISIÓN DE PRÁCTICAS FRAUDULENTAS DURANTE EL PROCESO DE EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

La comisión de las conductas fraudulentas descritas anteriormente comportará para los autores y, en su caso, para los cooperadores necesarios la nulidad de la prueba o procedimiento de evaluación correspondiente, con la consiguiente calificación de suspenso y la numérica de 0.

Excepcionalmente, el profesor responsable podrá acordar otra calificación distinta, de manera justificada, si considera que el supuesto fraude o práctica prohibida es leve o poco relevante y afecta solo parcialmente al resultado de la prueba.

Asimismo y en función de las circunstancias concurrentes, las conductas anteriormente descritas podrán ser consideradas faltas, ya sea conductas contrarias a la convivencia o conductas gravemente perjudiciales para la convivencia, de conformidad con lo dispuesto en el Decreto 53/2009, de 25 de junio, que regula la convivencia escolar y los derechos y deberes de la comunidad educativa en la Comunidad Autónoma de Cantabria, modificado por Decreto 30/2017, de 11 de mayo, y dar lugar a la instrucción de un expediente disciplinario.

Determinadas prácticas fraudulentas de especial gravedad podrían ser incluso constitutivas de delitos, en cuyo caso la Dirección del centro tiene la obligación de poner los hechos en conocimiento de los cuerpos de seguridad correspondientes y del Ministerio fiscal.

NOTA: el uso del teléfono móvil está prohibido en clase de acuerdo a lo aprobado por el Departamento de Comercio y Marketing. A aquel alumno al que el profesor avise o llame la atención por uso inadecuado y no autorizado del mismo se le restará un punto de la calificación final de la evaluación en la que se le dio el aviso.

