

Módulo Profesional
Comercio Digital Internacional.

Ciclo Formativo de Grado Superior
en Comercio Internacional
2º Curso 2020_21

Departamento Comercio y Marketing
I.E.S. Las Llamas
Profesora: Estefanía de Diego Aranguren.

CONTENIDO

1.- Introducción.....	4
1.1.-Marco legal.	4
1.1.1.- Legislación estatal de título.....	4
1.1.2.- Legislación Autonómica de título.	4
1.2.- Identificación del Título.....	5
1.3.- Perfil profesional del título	5
1.4.- Competencias del título	5
1.4.1.- Competencia general.....	5
1.4.2.- Competencias profesionales, personales y sociales.	5
1.5.- Entorno profesional.....	7
1.6.- Objetivos generales del ciclo formativo.	8
2.- Consideraciones sobre el Módulo de Comercio Digital Internacional.	11
2.1.- Objetivos expresados en resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.	11
3- Contenidos.	14
5. METODOLOGÍA DIDÁCTICA	18
5.1 Adaptaciones de la metodología didáctica debido a la situación sanitaria provocada por el Covid 19.....	19
6. MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD.	19
7. MATERIALES Y RECURSOS DIDACTICOS.....	20
8. Utilización de espacios y equipamientos.....	20
9. CONCRECIÓN DEL DESARROLLO DE DESDOBLES.	20
10. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES.....	20
11. PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE.....	21
12.- CRITERIOS DE CALIFICACIÓN	21
12.1. Evaluación continua.....	21
12.2. Prueba de evaluación final.	22
12.2 Recuperación de evaluaciones pendientes.	23
12.3 Recuperación del módulo	23

12.4. Fraudes en las pruebas y procesos de evaluación académica.....	23
13.- ASPECTOS CURRICULARES MÍNIMOS PARA SUPERAR EL MÓDULO.....	24
14. RELACIÓN CON OTROS PLANES, PROGRAMAS O PROYECTOS.....	26
15. EVALUACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA Y DE LA PRÁCTICA DOCENTE	27
ANEXO	29
Hoja informativa para el alumnado del módulo de EDE Escaparatismo y Diseño de Espacios Comerciales.	29
1.- unidades didácticas: secuenciación y temporalización.....	34
2. PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE.....	35
3.- CRITERIOS DE CALIFICACIÓN	36
3.1. Evaluación continua.....	36
3.2. Prueba de evaluación final.	37
3.3 Recuperación de evaluaciones pendientes.....	37
3.4 Recuperación del módulo	38
3.5 Fraudes en las pruebas y procesos de evaluación académica.	38

1.- INTRODUCCIÓN.

La presente programación se ha desarrollado para la impartición del Módulo de Comercio Digital Internacional, perteneciente al título de Técnico Superior en Comercio Internacional, durante el curso académico 2020/21 en el I.E.S Las Llamas de Santander.

La programación de este módulo, tiene como finalidad planificar el proceso de enseñanza-aprendizaje teniendo en consideración la regulación normativa que le afecta y sus objetivos, de forma que los alumnos alcancen las competencias necesarias para su cualificación para la actividad profesional.

Asimismo, la programación didáctica de este módulo, concreta y desarrolla su currículo y para su elaboración se han tenido en cuenta los criterios emanados del Proyecto Educativo del Centro (PEC), las directrices que determina la comisión de coordinación pedagógica y las decisiones de carácter general adoptadas por el Departamento de Comercio y Marketing. De esta forma se asegura la coherencia con el resto de programaciones didácticas del centro.

1.1.-Marco legal.

El Ciclo Formativo de Grado Superior de Técnico en Comercio Internacional está regulado específicamente por la siguiente normativa:

1.1.1.- Legislación estatal de título.

- Real Decreto 1574/2011, de 4 de noviembre, por el que se establece el Título de Técnico Superior en Comercio Internacional y se fijan sus enseñanzas mínimas.
- Orden ECD/319/2012, de 15 de febrero, por la que se establece el currículo del ciclo formativo de Grado Superior correspondiente al título de Técnico Superior en Comercio Internacional.

1.1.2.- Legislación Autonómica de título.

Orden ECD/84/2012, de 27 de junio que establece el currículo del ciclo formativo de Grado Superior correspondiente al título de Técnico Superior en Comercio Internacional en la Comunidad Autónoma de Cantabria.

1.2.- Identificación del Título.

Denominación: Comercio Internacional.

Nivel: Formación Profesional de Grado Superior.

Duración: 2.000 horas.

Familia Profesional: Comercio y Marketing.

1.3.- Perfil profesional del título

El perfil profesional del título 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.

1.4.- Competencias del título.

1.4.1.- Competencia general.

La competencia general de este título consiste en planificar y gestionar los procesos de importación/exportación e introducción/expedición de mercancías, aplicando la legislación vigente, en el marco de los objetivos y procedimientos establecidos.

1.4.2.- Competencias profesionales, personales y sociales.

- a) Realizar las gestiones necesarias para la constitución y puesta en marcha de una empresa comercial, planificando y gestionando la obtención de los recursos financieros necesarios que procuren la rentabilidad económica y financiera de la empresa.
- b) Obtener, analizar y organizar información fiable de los mercados internacionales, aplicando las técnicas adecuadas, y establecer un sistema de información eficaz (SIM), que sirva de apoyo en las operaciones de compraventa internacional.

- c) Tomar decisiones sobre la entrada de los productos de una empresa en el mercado exterior, seleccionando las políticas de producto, precio, comunicación y distribución más adecuadas para la entrada en dichos mercados.
- d) Elaborar un plan de marketing, seleccionando la información de base o briefing de productos, analizando las relaciones entre las distintas variables que intervienen en el marketing mix internacional para la entrada en mercados exteriores.
- e) Identificar y contactar con clientes y proveedores, gestionando los contratos mercantiles internacionales y controlando y supervisando el desarrollo y evolución de las ventas, para asegurarse del cumplimiento de las condiciones contractuales pactadas.
- f) Realizar la gestión administrativa de operaciones de importación y exportación e introducción y expedición de mercancías.
- g) Realizar la gestión financiera de las operaciones de comercio internacional, determinando los costes y gestionando la cobertura adecuada de los riesgos que se generan, para garantizar su viabilidad económica, desarrollar el proceso de forma segura para la empresa y elaborar la documentación necesaria para la obtención de créditos vinculados a las operaciones de compraventa y a proyectos y licitaciones internacionales, aplicando la normativa vigente.
- h) Organizar el almacenaje de las mercancías en las condiciones que garanticen su integridad y el aprovechamiento óptimo de los medios y espacios disponibles, de acuerdo con procedimientos establecidos.
- i) Realizar las gestiones administrativas que garanticen el tránsito o transporte internacional de las mercancías y/o de viajeros entre distintos países y modos de transporte, y controlar los documentos que se exigen en cada caso, comprobando que se ajustan a la normativa vigente aplicable y las especificaciones recibidas.
- j) Gestionar los medios de cobro y pago y las garantías y avales internacionales cumplimentando y analizando la documentación necesaria de acuerdo con las condiciones establecidas en los contratos mercantiles internacionales basados en la normativa internacional vigente.
- k) Comunicarse en inglés con fluidez, tanto de palabra como por escrito, con todos los operadores y organismos que intervienen en operaciones de comercio internacional.

l) Utilizar Internet y cualquier otro sistema digital, como plataforma publicitaria y escaparate abierto al mundo que facilita la realización de ventas a cualquier cliente nacional o internacional.

m) Adaptarse a las nuevas situaciones laborales, manteniendo actualizados los conocimientos científicos, técnicos y tecnológicos relativos a su entorno profesional, gestionando su

formación y los recursos existentes en el aprendizaje a lo largo de la vida y utilizando las tecnologías de la información y la comunicación.

n) Resolver situaciones, problemas o contingencias con iniciativa y autonomía en el ámbito de su competencia, con creatividad, innovación y espíritu de mejora en el trabajo personal y en el de los miembros del equipo.

ñ) Organizar y coordinar equipos de trabajo con responsabilidad, supervisando el desarrollo del mismo, manteniendo relaciones fluidas y asumiendo el liderazgo, así como aportando soluciones a los conflictos grupales que se presenten.

o) Comunicarse con sus iguales, superiores, clientes y personas bajo su responsabilidad, utilizando vías eficaces de comunicación, transmitiendo la información o conocimientos adecuados y respetando la autonomía y competencia de las personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.

p) Generar entornos seguros en el desarrollo de su trabajo y el de su equipo, supervisando y aplicando los procedimientos de prevención de riesgos laborales y ambientales, de acuerdo con lo establecido por la normativa y los objetivos de la empresa.

q) Supervisar y aplicar procedimientos de gestión de calidad, de accesibilidad universal y de “diseño para todos”, en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.

r) Realizar la gestión básica para la creación y funcionamiento de una pequeña empresa y tener iniciativa en su actividad profesional con sentido de la responsabilidad social.

s) Ejercer sus derechos y cumplir con las obligaciones derivadas de su actividad profesional, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente, participando activamente en la vida económica, social y cultural.

La formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias l, m, n, ñ, o, p, q, r y s resaltadas en negrita.

1.5.- Entorno profesional.

Las personas que obtienen este título ejercen su actividad en empresas de cualquier sector productivo y principalmente del sector del comercio y marketing público y privado, realizando funciones de planificación, organización, gestión y asesoramiento de actividades de comercio internacional.

Se trata de personas trabajadoras por cuenta propia que gestionan su empresa, realizando actividades de comercio internacional, o de trabajadores por cuenta ajena que ejercen su actividad en el departamento de comercio internacional dentro de los subsectores de:

- Industria, comercio y agricultura, en el departamento de comercio internacional.
- Entidades financieras y de seguros, en el departamento exterior.
- Empresas intermediarias en el comercio internacional, como agencias transitarias, agencias comerciales, empresas consignatarias, agencias de aduanas y empresas de asesoramiento comercial y jurídico, entre otras.
- Empresas importadoras, exportadoras y distribuidoras-comercializadoras.
- Empresas de logística y transporte.
- Asociaciones, instituciones, organismos y organizaciones no gubernamentales.

Las ocupaciones y puestos de trabajo más relevantes son los siguientes:

- Técnico en comercio exterior.
- Técnico de operaciones exteriores de entidades financieras y de seguros.
- Técnico en administración de comercio internacional.
- Asistente o adjunto de comercio internacional.
- Agente de comercio internacional.
- Técnico de marketing internacional.
- Técnico de marketing digital internacional.
- Técnico de venta internacional.
- Asistente al departamento de operaciones comerciales internacionales.
- Transitario.
- Consignatario de buques.
- Operador logístico.
- Jefe de almacén.

1.6.- Objetivos generales del ciclo formativo.

a) Conocer y valorar las fuentes y productos financieros disponibles, tales como créditos, préstamos y otros instrumentos financieros, así como las posibles subvenciones y seleccionar los más convenientes para la empresa, analizando la información contable y evaluando los costes, riesgos, requisitos y garantías exigidas por las entidades financieras para obtener los recursos financieros necesarios que se requieren en el desarrollo de la actividad.

b) Elaborar informes comerciales, aplicando técnicas estadísticas a la información disponible en un SIM, configurando dicho sistema de información de mercados y obteniendo y analizando la

información necesaria para la toma de decisiones en la actividad comercial de la empresa en el exterior.

c) Elaborar y analizar las políticas de producto, precio, comunicación y distribución, seleccionando las más adecuadas para la toma de decisiones sobre la entrada de los productos de una empresa de mercados exteriores.

d) Seleccionar la información de base o briefing de productos, analizando las relaciones entre las distintas variables que intervienen en el marketing mix internacional, para la elaboración de un plan de marketing.

e) Consultar bases de datos y publicaciones y utilizar medios y sistemas de comunicación, valorando los diferentes factores de riesgo, para identificar y contactar con clientes y proveedores.

f) Participar en las diferentes fases que definen un acuerdo contractual de carácter internacional, realizando ofertas, identificando la normativa de contratación internacional y formalizando los documentos necesarios, para gestionar los contratos mercantiles internacionales.

g) Identificar la normativa aplicable, los organismos e instituciones competentes y los trámites y gestiones que se requieren para el tránsito internacional de mercancías, elaborando la documentación necesaria para realizar la gestión administrativa de operaciones de importación y exportación, e introducción y expedición de mercancías.

h) Obtener información, gestionar los trámites y cumplimentar la documentación necesaria para la obtención de créditos vinculados a las operaciones de importación/exportación y proyectos internacionales, determinando y gestionando los riesgos y costes financieros asociados, para realizar la gestión financiera de las operaciones de compraventa internacional, de acuerdo con los procedimientos establecidos.

i) Interpretar la normativa, identificar los trámites y preparar la documentación necesaria para la financiación de proyectos y para la participación en concursos y licitaciones internacionales.

j) Analizar los procesos de almacenaje y los métodos de gestión de stocks aplicables en la organización de un almacén, valorando la distribución interna y el sistema de manipulación de las mercancías, aplicando la normativa vigente en materia de seguridad e higiene, garantizando su integridad y optimizando los recursos disponibles, para organizar el almacenaje de las mercancías.

k) Analizar y comparar los distintos modos de transporte, los costes, la protección física de la mercancía y la documentación de tránsito internacional, proponiendo alternativas y respetando la normativa que rige el envío de mercancías y el tránsito de viajeros, para realizar la planificación de rutas de larga distancia.

l) Identificar y determinar los documentos y los trámites necesarios, interpretando la legislación vigente, para gestionar los medios de cobro y pago y las garantías y avales internacionales.

m) Gestionar en inglés las relaciones derivadas del comercio internacional tanto con clientes como con proveedores, organismos públicos, banca nacional e internacional y con todos los operadores que intervienen en operaciones internacionales.

n) Emplear las herramientas más características de Internet y de otros sistemas digitales para dar a conocer la empresa internacionalmente, vender a través de tienda virtual y gestionar la facturación electrónica de las ventas internacionales realizadas.

ñ) Analizar y utilizar los recursos y oportunidades de aprendizaje relacionados con la evolución científica, tecnológica y organizativa del sector y las tecnologías de la información y la comunicación, para mantener el espíritu de actualización y adaptarse a nuevas situaciones laborales y personales.

o) Desarrollar la creatividad y el espíritu de innovación para responder a los retos que se presentan en los procesos y en la organización del trabajo y de la vida personal.

p) Tomar decisiones de forma fundamentada, analizando las variables implicadas, integrando saberes de distinto ámbito y aceptando los riesgos y la posibilidad de equivocación en las mismas, para afrontar y resolver distintas situaciones, problemas o contingencias.

q) Desarrollar técnicas de liderazgo, motivación, supervisión y comunicación en contextos de trabajo en grupo, para facilitar la organización y coordinación de equipos de trabajo.

r) Aplicar estrategias y técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a la finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia en los procesos de comunicación.

s) Evaluar situaciones de prevención de riesgos laborales y de protección ambiental, proponiendo y aplicando medidas de prevención personales y colectivas, de acuerdo con la normativa aplicable en los procesos de trabajo, para garantizar entornos seguros.

t) Identificar y proponer las acciones profesionales necesarias, para dar respuesta a la accesibilidad universal y al «diseño para todos».

u) Identificar y aplicar parámetros de calidad en los trabajos y actividades realizados en el proceso de aprendizaje, para valorar la cultura de la evaluación y de la calidad y ser capaces de supervisar y mejorar procedimientos de gestión de calidad.

v) Utilizar procedimientos relacionados con la cultura emprendedora, empresarial y de iniciativa profesional, para realizar la gestión básica de una pequeña empresa o emprender un trabajo.

w) Reconocer sus derechos y deberes como agente activo en la sociedad, teniendo en cuenta el marco legal que regula las condiciones sociales y laborales, para participar como ciudadano democrático.

En negrita y cursiva los objetivos generales a los que contribuye a alcanzar la formación del módulo.

2.- CONSIDERACIONES SOBRE EL MÓDULO DE COMERCIO DIGITAL INTERNACIONAL.

2.1.- Objetivos expresados en resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

La orden ECD/84/2012 de 27 de junio establece el currículo del C.F.G.S correspondiente al título de Técnico Superior en Comercio Internacional en la Comunidad Autónoma de Cantabria.

En el apartado correspondiente al Módulo Profesional de Comercio Digital Internacional se detallan los resultados de aprendizaje y criterios de evaluación del mismo.

Por resultados de aprendizaje entendemos aquello que se espera que un estudiante conozca, comprenda o sea capaz de hacer al final de un periodo de aprendizaje, es decir los objetivos que persigue el proceso de aprendizaje. Comprenden conocimientos, destrezas y competencias sociales.

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 nacional e internacional.

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.

3- CONTENIDOS.

El módulo de Comercio Digital Internacional, tiene una duración de 66 horas (2 horas/semana) por tratarse de un ciclo bilingüe, en las que se desarrollarán los siguientes contenidos según establece la Orden ECD/84/2012.

Bloque 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:
- Selección de palabras clave.
- Cómo alcanzar un buen posicionamiento natural SEO.
- 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.

Bloque 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:
- Red telefónica: RTB, RDSI y ADSL, entre otras.
- 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

Bloque 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:
- Perfil, grupo y página.
- Crear una página corporativa.
- Crear una página de producto.

- Crear un grupo.
- Añadir elementos a una página de una red social internacional:
- Mensajes en el muro.
- Compartir mensajes.
- Responder y borrar un mensaje del muro.
- Crear perfiles.
- Comprar y vender en redes sociales internacionales.

Bloque 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:
- Las tarjetas para pagos online.
- 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, entre otros.
- Parques empresariales virtuales.

Bloque 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 de los contenidos en Unidades Didácticas: Secuenciación y temporalización.

Para facilitar la asimilación de los contenidos por parte de los alumnos, se han distribuido los mismos en unidades didácticas.

Se ha considerado oportuno, incorporar una unidad didáctica de tipo introductorio que permita un recorrido global por los contenidos del módulo, de forma que sea más fácil para el alumno situarlos en el contexto global.

UNIDAD	CONTENIDOS	EVAL.	HORAS LECTIVAS
1	El papel del comercio digital internacional en un mundo globalizado	1ªEVA.	8
2	Internet, origen funcionamiento		4
3	Gestión de servicios a través de internet		6
4	Elementos clave para el desarrollo efectivo del comercio digital internacional	2º EVAL	18
5	Diseño y desarrollo del plan de marketing digital	3ªEVAL	18
6	La gestión de operaciones en el entorno del comercio digital internacional		6

Las seis horas restantes se dedicarán a otras actividades relacionadas con el módulo como pruebas objetivas.

5. METODOLOGÍA DIDÁCTICA

Las enseñanzas de formación profesional tienen por objeto conseguir que el alumnado adquiera las competencias profesionales, personales y sociales, necesarias para ejercer la actividad profesional definida en la competencia general del programa formativo. Los resultados de aprendizaje que permiten obtener dichas competencias son mayoritariamente procedimentales, por lo que la metodología a utilizar será eminentemente práctica

Por otra parte, conociendo las futuras actividades laborales para las que el módulo va a capacitar a los alumnos, los métodos de enseñanza deben ser muy funcionales, es decir que los contenidos aprendidos deben poder aplicarse en circunstancias profesionales reales.

La metodología propuesta en la presente programación, se basa en los siguientes principios:

- Debe partir de los intereses de los alumnos para ser motivadora.
- Funcional para que puedan aplicar los conocimientos adquiridos en su futura vida laboral.
- Eminentemente práctica para desarrollar destrezas y habilidades que les permitan resolver problemas.
- Cualquier intervención educativa debe tener como objetivo que los alumnos realicen aprendizajes autónomos; es decir aprender a aprender.
- Reflexiva para favorecer el espíritu crítico y la capacidad de análisis.
- Flexible para poder adaptarse a las necesidades de los alumnos.

Esta metodología didáctica se concreta desarrollando dentro de cada unidad temática las siguientes actividades de enseñanza - aprendizaje:

1.- Introduciendo cada unidad con una actividad motivadora, utilizando por ejemplo casos reales y/o videos actuales que muestren la aplicación práctica en las empresas de los contenidos que se van a trabajar.

El análisis grupal de estos ejemplos prácticos, dirigido por el profesor, permite a los alumnos “descubrir” la importancia de los contenidos que vamos a trabajar para la consecución de los objetivos empresariales.

2.- Una explicación por parte del profesor de los aspectos teóricos que permita a los alumnos asimilar conocimientos y procedimientos para encarar los proyectos, es siempre necesaria. Se intentará en la medida de lo posible utilizar elementos visuales y ejemplos reales extraídos de la realidad empresarial como elementos de apoyo.

3.- Actividades, tanto individuales como grupales, adecuadas a los objetivos y contenidos de cada unidad, por ejemplo:

5.1 Adaptaciones de la metodología didáctica debido a la situación sanitaria provocada por el Covid 19.

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 van a utilizar las siguientes herramientas tecnológicas para la comunicación con el alumnado: plataformas Moodle para la gestión de contenidos académicos y plataforma Office365, para la gestión de la identidad institucional (correo electrónico), comunicación y gestión de contenido. Las cuentas de correo electrónico que se utilizarán serán las de @educantabria.es.

En el grupo de 2º de Comercio Internacional, se ha tenido que reducir el alumnado presencial con el fin de poder mantener el ratio de 2.25 m/2. por persona. Se han establecido dos grupos que rotarán semanalmente, de forma alternativa la asistencia presencial al centro.

Esto se traduce en que desde el comienzo del curso se establece una docencia mixta (presencial y no presencial) por lo que se priorizará la impartición de los contenidos formativos procedimentales.

6. MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD.

Dadas las diferentes vías de acceso a los Ciclos Formativos de Grado Superior (Bachillerato, Universidad, pruebas de acceso a la Universidad de mayores de 25 años,...), la diversidad de alumnado en el aula puede ser un hecho, por lo tanto, se diseñarán actividades que puedan atender a esta diversidad.

Se entiende por medidas de atención a la diversidad aquellas actuaciones y programas de tipo organizativo, curricular y de coordinación que se pueden llevar a cabo en el proceso de planificación o en el desarrollo de los procesos de enseñanza-aprendizaje para atender a la diversidad del alumnado. Dichas medidas deben abarcar desde la prevención hasta la intervención directa con el alumnado y pueden ser ordinarias, específicas y extraordinarias.

Se tendrán en cuenta medidas de tipo ordinario dirigidas a prevenir o compensar dificultades leves sin alterar los elementos esenciales del currículum:

Como medidas generales:

- Organización de contenidos en ámbitos integradores.
- Metodologías que favorezcan la participación de todo el alumnado.
- Selección y utilización de materiales curriculares diversos.

- Actividades de refuerzo si se trata de alumnado con dificultades para alcanzar los objetivos
- Medidas de ampliación y profundización para aquellos alumnos que lo requieran.

En caso de que se detectara la necesidad de algún otro tipo de intervención, se comunicaría al Departamento de Coordinación Pedagógica para el estudio de las medidas a adoptar.

7. MATERIALES Y RECURSOS DIDACTICOS.

Para el desarrollo de la actividad didáctica requerida por este módulo, se prevé la utilización de diversos materiales y recursos didácticos.

Libros de texto:

- Comercio Digital Internacional. Ed. Paraninfo.

Otros materiales:

- Presentaciones y apuntes del profesor.
- Documentación varia obtenida principalmente por internet: guías, manuales, e-books de descarga gratuita.

Recursos Tic:

- Ordenador para el profesor con cañón, proyector y conexión a internet.
- Ordenador con conexión a internet para cada uno de los alumnos en el Aula de informática.
- Plataforma Office 365

8. UTILIZACIÓN DE ESPACIOS Y EQUIPAMIENTOS.

Este módulo requiere el uso de un aula de referencia y de un aula de informática.

9. CONCRECIÓN DEL DESARROLLO DE DESDOBLES.

No se han previsto desdobles en la etapa de Formación Profesional.

10. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES.

Se seguirán las indicaciones pertinentes de la Consejería de Educación y Sanidad.

11. PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE.

La evaluación será continua, y se realizará tomando como referencia los criterios de evaluación, objetivos y resultados de aprendizaje del módulo.

Instrumentos de evaluación:

- **Asistencia a clase.** Por el carácter continuo de la propia evaluación, es necesaria la asistencia a clase. Se considera que a partir de un 15% de faltas de asistencia el profesor carece de información para aplicar los criterios de continuidad, por lo que el alumno deberá presentarse a la prueba de evaluación final (examen de evaluación) de cada una de las evaluaciones correspondientes al periodo durante el cual no ha asistido.
- **Actividades prácticas y ejercicios:** El desarrollo del aprendizaje de cada una de las unidades se reforzará con la realización por parte del alumno de diversos trabajos y ejercicios, cuya elaboración podrá ser tanto durante la clase como fuera del horario lectivo. La entrega y realización de los mismos en forma y fecha, será objeto de evaluación y calificación. No se calificarán las actividades entregadas fuera de plazo.
- **Pruebas objetivas:** Al término de cada evaluación se realizará una prueba escrita (examen de evaluación). Dicha prueba podrá constar de preguntas cortas, interpretación o desarrollo de casos prácticos, cuestionario tipo test con respuesta alternativa o de un compendio de todos los tipos.

12.- CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Los criterios de calificación detallados a continuación son los previstos para el escenario 1 en el que nos encontramos en la actualidad. En caso de pasar a un escenario 2 o 3 se podrán modificar los criterios de ponderación establecidos para obtener la calificación de cada módulo en función de las pruebas objetivas, ejercicios, actividades de clase, etc. según lo que se recoja en las instrucciones que dicte la Consejería de Educación, Formación Profesional y Turismo en ese momento.

12.1. Evaluación continua

La calificación se realizará en base a los siguientes elementos:

1. **Asistencia, trabajo y comportamiento en el aula,** supondrá un 10% de la nota final. Para ello se requiere la asistencia con regularidad, la participación en las actividades, coloquios etc. que se desarrollen en clase sobre los contenidos del módulo y la escucha activa y actitud respetuosa hacia el profesor y los compañeros. Para obtener este punto, es necesario que se cumplan los tres requisitos señalados.

2. Ejercicios y actividades prácticas. Su calificación se ponderará un 40% de la nota final. No se calificarán las actividades entregadas fuera de plazo, salvo causa de fuerza mayor justificada según criterio del profesor.

3. Pruebas objetivas: su calificación se ponderará un 50% sobre la nota final.

Observaciones:

- La calificación final de cada evaluación será numérica entre 1 y 10 sin decimales. Por debajo del 5 se considera no superada.
- La nota final del módulo se obtendrá de la nota media de las evaluaciones, siempre y cuando su calificación haya sido igual o mayor a 5.
- Las normas de organización y funcionamiento del IES Las Llamas reflejan la prohibición del uso del teléfono móvil, aparatos de grabación y sonido o cualquier dispositivo que pueda conectarse a internet, durante el desarrollo de la actividad lectiva.

En caso de que un alumno utilice cualquiera de estos dispositivos durante la clase, no habiendo sido indicado así por el profesor, recibirá un aviso. En el momento en que un alumno acumule tres avisos se restará un punto del total de la calificación de esa evaluación. Otros tres avisos significarán otro punto menos y así sucesivamente.

- No se repetirán exámenes a aquellos alumnos/as que no se presentasen en la fecha y hora convocadas. Solamente, se podrán repetir en aquellos casos extraordinarios por causas muy justificadas

12.2. Prueba de evaluación final.

Cuando el profesor carezca de información para aplicar los criterios de la evaluación continua (bien porque el alumno ha faltado más de un 15% del horario lectivo a clase o no ha realizado las actividades y ejercicios previstas durante la evaluación) el alumno deberá presentarse a una prueba de evaluación al final del curso sobre los contenidos impartidos durante el mismo.

Para poder presentarse a esta prueba será necesario haber entregado o entregar los trabajos y actividades prácticas que el profesor señale como obligatorias en cada evaluación (mínimo uno por evaluación)

La ponderación será 85% la nota de la prueba y un 15% las actividades prácticas.

Para superar la prueba el alumno deberá alcanzar como mínimo una calificación positiva igual o superior a 5.

12.2 Recuperación de evaluaciones pendientes.

Los alumnos que no hayan superado alguna evaluación, podrán recuperarla/s en la prueba que se realizará al finalizar la tercera evaluación en junio (1ª convocatoria ordinaria). La prueba incluirá los contenidos de las unidades didácticas correspondientes a la evaluación no superada.

Para poder presentarse a esta prueba será necesario haber entregado o entregar los trabajos y actividades prácticas que el profesor señale como obligatorias en cada evaluación (mínimo uno por evaluación).

La ponderación de la prueba objetiva será de un 85% y los trabajos un 15%. Para superar la prueba el alumno deberá alcanzar como mínimo una calificación positiva igual o superior a 5.

La nota final de cada evaluación recuperada, será como máximo 5.

12.3 Recuperación del módulo

A los alumnos que no hayan superado el módulo en la prueba de evaluación final (1ª convocatoria ordinaria de junio) se les diseñará un plan de recuperación que podrá consistir en la realización de actividades prácticas o trabajos y prueba objetiva (examen) necesarias para aprobar el mismo. Los contenidos del mismo serán la totalidad de los trabajados durante el curso.

La ponderación de la prueba objetiva será de un 85% y los trabajos un 15%. Para superar la prueba el alumno deberá alcanzar como mínimo una calificación positiva igual o superior a 5.

Los alumnos con el módulo suspenso, después de la segunda convocatoria ordinaria (2ª 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 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.

La nota final del módulo recuperado será como máximo un 5.

12.4. Fraudes en las pruebas y procesos de evaluación académica.

En caso de sorprender a algún alumno realizando prácticas fraudulentas se aplicará lo contenido en el documento de normas sobre prácticas fraudulentas aprobado por el Departamento de Comercio y Marketing del IES Las Llamas y recogido en el Proyecto Curricular de la familia de Comercio y Marketing y que se ha dado a conocer al alumnado en las hojas informativas que se les entregan a principio de curso.

13.- ASPECTOS CURRICULARES MÍNIMOS PARA SUPERAR EL MÓDULO.

Los contenidos mínimos exigibles en las pruebas de evaluación extraordinarias de junio para la superación del módulo son los fijados por el RD 1574/2011 de 4 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico Superior en Comercio Internacional y se fijan sus enseñanzas mínimas.

Elaboración del plan de marketing digital internacional:

- Desarrollo del plan de marketing digital internacional.
- Características específicas del cliente online internacional.
- Promoción online y offline de la web exportadora.
- Herramientas de posicionamiento en buscadores internacionales: e-mailmarketing, SEM, SEO y campañas en páginas afines.
- Políticas de captación: proceso de creación de una marca.
- Análisis de estadísticas y medición de resultados.
- Marketing internacional de afiliación.
- Marketing relacional y 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, videoblogs y web TV, entre otros.

Realización de las tareas básicas para la utilización de Internet:

- 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.
- Configuración de 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.

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.
- 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.
- Redes sociales internacionales para empresas.
- Añadir elementos a una página de una red social internacional.
- Comprar y vender en redes sociales internacionales.

Definición de la política de comercio electrónico internacional de una empresa:

- Diseño de una tienda virtual internacional.
- Modelos de negocio digital: portales horizontales, B2B y 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.
- Períodos de reflexión y cancelaciones.
- Criptografía: clave simétrica, clave asimétrica y cifrado de clave única.
- Firma.
- Certificados digitales.
- Encriptación.
- Negocios electrónicos: e-shop, e-mail, e-procurement, e-marketplace y e-auction, entre otros.

Realización de facturas electrónicas internacionales y otras tareas administrativas:

- Factura electrónica.
- Programas de facturación electrónica.
- Seguridad: firma electrónica reconocida.
- Relación con otras empresas y organismos públicos: banca electrónica, ministerios con atribuciones en comercio internacional y páginas de los servicios de hacienda sobre aduanas, entre otras.
- Instituciones que tienen que ver con el comercio internacional: OMC, UE, ICEX y cámaras de comercio, entre otras.
- Seguridad en Internet. Spam, virus informáticos, spyware, phishing.
- Los programas antivirus, cortafuegos y antiespías.

14. RELACIÓN CON OTROS PLANES, PROGRAMAS O PROYECTOS.

Este módulo está relacionado con el plan TICs que se desarrolla en el centro.

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

La autoevaluación es una parte sustantiva del proceso de enseñanza-aprendizaje y posibilita obtener información sobre las prácticas pedagógicas para mejorarlas.

El procedimiento que utilizaremos para la evaluación de la propia programación y de nuestra práctica docente, consta de tres elementos:

- 1.- Indicadores de logro o aspectos que vamos a evaluar.
- 2.- Instrumentos de recogida de datos.
- 3.- Medidas de mejora

1.- Indicadores de logro:

Comparación de resultados obtenidos en el curso 18/19 con los resultados obtenidos en años anteriores

2.- Instrumentos de recogida de información.

Antes de la finalización del periodo lectivo se realizará un cuestionario de carácter anónimo en el que se recoja las opiniones del alumnado sobre diferentes aspectos de la actividad y la práctica docente, así como personalidad y trato por parte del docente.

En concreto se realizarán preguntas que deberán ser puntuadas de 1 a 5 en una escala Likert, sobre estos aspectos:

Programación de aula el profesor...

- Dá a conocer el programa (objetivos, contenidos, metodología, evaluación, etc.), a principio de curso.
- Los temas se desarrollan a un ritmo adecuado.
- Explica ordenadamente los temas.
- Se han dado todos los temas programados

Metodología, el profesor...

- Explica con claridad los conceptos en cada tema
- En sus explicaciones se ajusta bien al nivel de conocimiento de los alumnos.

- Procura hacer atractivos los contenidos
- Se preocupa por que los alumnos aprendan.
- Facilita la comunicación con los alumnos.
- Transmite la importancia y utilidad los contenidos tienen para la actividad profesional

La evaluación, el profesor...

- Explica y aplica los criterios y procedimientos de evaluación en este módulo.
- Las pruebas se ajustan a lo trabajado en clase.
- La calificación final es fruto del trabajo realizado a lo largo de todo el curso.

La actitud del profesor en general es...

- Demuestra interés por nuestro aprendizaje.
- Se esfuerza por resolver las dificultades de los alumnos el trabajo de aula.
- Responde a las dudas y cuestiones que le planteamos en clase.

3.- Medidas de mejora

A partir de este mismo cuestionario, el profesor se autoevaluará, comparando sus resultados con la media de los alumnos, para identificar los posibles gaps que requieran del desarrollo y aplicación de medidas de mejora.

ANEXO

Hoja informativa para el alumnado del módulo de Comercio Digital Internacional.

Denominación: Comercio Digital Internacional CDI

Código: 0827

Horas: 66

Asignación horaria: 2h/semana

1.- CONTENIDOS

Bloque 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:
- Selección de palabras clave.
- Cómo alcanzar un buen posicionamiento natural SEO.
- 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.

Bloque 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:
- Red telefónica: RTB, RDSI y ADSL, entre otras.
- 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

Bloque 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:
- Perfil, grupo y página.
- Crear una página corporativa.
- Crear una página de producto.

- Crear un grupo.
- Añadir elementos a una página de una red social internacional:
- Mensajes en el muro.
- Compartir mensajes.
- Responder y borrar un mensaje del muro.
- Crear perfiles.
- Comprar y vender en redes sociales internacionales.

Bloque 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:
- Las tarjetas para pagos online.
- 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, entre otros.
- Parques empresariales virtuales.

Bloque 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)

2.- RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN.

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 nacional e internacional.
- 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.

3.- UNIDADES DIDÁCTICAS: SECUENCIACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN.

UNIDAD	CONTENIDOS	EVAL.	HORAS LECTIVAS
1	El papel del comercio digital internacional en un mundo globalizado	1ªEVA.	8
2	Internet, origen funcionamiento		4
3	Gestión de servicios a través de internet		6
4	Elementos clave para el desarrollo efectivo del comercio digital internacional	2º EVAL	18
5	Diseño y desarrollo del plan de marketing digital	3ªEVAL	18
6	La gestión de operaciones en el entorno del comercio digital internacional		6

Las seis horas restantes se dedicarán a otras actividades relacionadas con el módulo como pruebas objetivas.

4. PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE.

La evaluación será continua, y se realizará tomando como referencia los criterios de evaluación, objetivos y resultados de aprendizaje del módulo.

Instrumentos de evaluación:

- Asistencia a clase. Por el carácter continuo de la propia evaluación, es necesaria la asistencia a clase. Se considera que a partir de un 15% de faltas de asistencia el profesor carece de información para aplicar los criterios de continuidad, por lo que el alumno deberá presentarse a la prueba de evaluación final (examen de evaluación) de cada una de las evaluaciones correspondientes al periodo durante el cual no ha asistido.
- Actividades prácticas y ejercicios: El desarrollo del aprendizaje de cada una de las unidades se reforzará con la realización por parte del alumno de diversos trabajos y ejercicios, cuya elaboración podrá ser tanto durante la clase como fuera del horario lectivo. La entrega y realización de los mismos en forma y fecha, será objeto de evaluación y calificación. No se calificarán las actividades entregadas fuera de plazo.

- Pruebas objetivas: Al término de cada evaluación se realizará una prueba escrita (examen de evaluación). Dicha prueba podrá constar de preguntas cortas, interpretación o desarrollo de casos prácticos, cuestionario tipo test con respuesta alternativa o de un compendio de todos los tipos.

5.- CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Los criterios de calificación detallados a continuación son los previstos para el escenario 1 en el que nos encontramos en la actualidad. En caso de pasar a un escenario 2 o 3 se podrán modificar los criterios de ponderación establecidos para obtener la calificación de cada módulo en función de las pruebas objetivas, ejercicios, actividades de clase, etc. según lo que se recoja en las instrucciones que dicte la Consejería de Educación, Formación Profesional y Turismo en ese momento.

5.1. Evaluación continua

La calificación se realizará en base a los siguientes elementos:

1. Asistencia, trabajo y comportamiento en el aula, supondrá un 10% de la nota final. Para ello se requiere la asistencia con regularidad, la participación en las actividades, coloquios etc. que se desarrollen en clase sobre los contenidos del módulo y la escucha activa y actitud respetuosa hacia el profesor y los compañeros. Para obtener este punto, es necesario que se cumplan los tres requisitos señalados.
2. Ejercicios y actividades prácticas. Su calificación se ponderará un 40% de la nota final. No se calificarán las actividades entregadas fuera de plazo, salvo causa de fuerza mayor justificada según criterio del profesor.
3. Pruebas objetivas: su calificación se ponderará un 50% sobre la nota final.

Observaciones:

- La calificación final de cada evaluación será numérica entre 1 y 10 sin decimales. Por debajo del 5 se considera no superada.
- La nota final del módulo se obtendrá de la nota media de las evaluaciones, siempre y cuando su calificación haya sido igual o mayor a 5.
- Las normas de organización y funcionamiento del IES Las Llamas reflejan la prohibición del uso del teléfono móvil, aparatos de grabación y sonido o cualquier dispositivo que pueda conectarse a internet, durante el desarrollo de la actividad lectiva.

En caso de que un alumno utilice cualquiera de estos dispositivos durante la clase, no habiendo sido indicado así por el profesor, recibirá un aviso. En el momento en que un alumno acumule tres avisos se restará un punto del total de la calificación de esa evaluación. Otros tres avisos significarán otro punto menos y así sucesivamente.

- No se repetirán exámenes a aquellos alumnos/as que no se presentasen en la fecha y hora convocadas. Solamente, se podrán repetir en aquellos casos extraordinarios por causas muy justificadas

5.2. Prueba de evaluación final.

Cuando el profesor carezca de información para aplicar los criterios de la evaluación continua (bien porque el alumno ha faltado más de un 15% del horario lectivo a clase o no ha realizado las actividades y ejercicios previstas durante la evaluación) el alumno deberá presentarse a una prueba de evaluación al final del curso sobre los contenidos impartidos durante el mismo.

Para poder presentarse a esta prueba será necesario haber entregado o entregar los trabajos y actividades prácticas que el profesor señale como obligatorias en cada evaluación (mínimo uno por evaluación)

La ponderación será 85% la nota de la prueba y un 15% las actividades prácticas.

Para superar la prueba el alumno deberá alcanzar como mínimo una calificación positiva igual o superior a 5.

5.3 Recuperación de evaluaciones pendientes.

Los alumnos que no hayan superado alguna evaluación, podrán recuperarla/s en la prueba que se realizará al finalizar la tercera evaluación en junio (1ª convocatoria ordinaria). La prueba incluirá los contenidos de las unidades didácticas correspondientes a la evaluación no superada.

Para poder presentarse a esta prueba será necesario haber entregado o entregar los trabajos y actividades prácticas que el profesor señale como obligatorias en cada evaluación (mínimo uno por evaluación).

La ponderación de la prueba objetiva será de un 85% y los trabajos un 15%. Para superar la prueba el alumno deberá alcanzar como mínimo una calificación positiva igual o superior a 5.

La nota final de cada evaluación recuperada, será como máximo 5.

5.4 Recuperación del módulo

A los alumnos que no hayan superado el módulo en la prueba de evaluación final (1ª convocatoria ordinaria de junio) se les diseñara un plan de recuperación que podrá consistir en la realización de actividades prácticas o trabajos y prueba objetiva (examen) necesarias para aprobar el mismo. Los contenidos del mismo serán la totalidad de los trabajados durante el curso.

La ponderación de la prueba objetiva será de un 85% y los trabajos un 15% .Para superar la prueba el alumno deberá alcanzar como mínimo una calificación positiva igual o superior a 5.

Los alumnos con el módulo suspenso, después de la segunda convocatoria ordinaria (2ª 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 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.

La nota final del módulo recuperado será como máximo un 5.

5.5 FRAUDES EN LAS PRUEBAS Y PROCESOS DE EVALUACIÓN ACADÉMICA.

En caso de sorprender a algún alumno realizando prácticas fraudulentas se aplicará lo contenido en el documento de normas sobre prácticas fraudulentas aprobado por el Departamento de Comercio y Marketing del IES Las Llamas y recogido en el Proyecto Curricular de la familia de Comercio y Marketing que pasamos a reproducir.

FRAUDES EN LAS PRUEBAS Y PROCESOS DE EVALUACIÓN ACADÉMICA

PRÁCTICAS CONSIDERADAS FRAUDULENTAS DURANTE EL PROCESO DE EVALUACIÓN ACADÉMICA

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.