

Programación didáctica del módulo:

# **COMERCIO ELECTRÓNICO**

Ciclo Formativo de Grado Medio  
Técnico en Actividades Comerciales

Segundo curso

Curso académico 2025-2026

María Auxiliadora López Vecino

Departamento de Comercio y Marketing

IES Las Llamas, Santander



1.	INTRODUCCIÓN / CONTEXTUALIZACIÓN .....	3
1.1.	MARCO NORMATIVO .....	3
1.2.	PERFIL PROFESIONAL DEL TÍTULO .....	3
1.3.	COMPETENCIA GENERAL DEL TÍTULO .....	3
1.4.	COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES .....	4
1.5.	OBJETIVOS GENERALES DEL CICLO FORMATIVO.....	4
1.6.	CUALIFICACIONES Y UNIDADES DE COMPETENCIA: CATÁLOGO NACIONAL ..	4
1.7.	CARACTERÍSTICAS CONCRETAS DEL GRUPO DE ALUMNOS .....	4
1.8.	PROPUESTAS DE MEJORA.....	4
1.9.	COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES DEL MÓDULO	4
2.	OBJETIVOS GENERALES, RESULTADOS DE APRENDIZAJE, CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y CONTENIDOS .....	5
2.1.	CRITERIOS DE EVALUACIÓN PARA CADA RESULTADO DE APRENDIZAJE.....	6
2.2.	CONTENIDOS .....	7
2.3.	UNIDADES DIDÁCTICAS.....	9
3.	DISTRIBUCIÓN TEMPORAL.....	9
4.	ASPECTOS CURRICULARES MÍNIMOS .....	10
5.	ENFOQUES DIDÁCTICOS Y METODOLÓGICOS .....	10
5.1.	METODOLOGÍA PARA EL DESARROLLO DE UNIDADES DIDÁCTICAS .....	11
6.	MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS.....	11
7.	USO DE ESPACIOS ESPECÍFICOS Y EQUIPAMIENTOS .....	11
8.	PROCEDIMIENTOS, ACTIVIDADES E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN.....	12
8.1.	INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN .....	12
8.2.	PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN .....	12
8.3.	PLAN DE RECUPERACIÓN DE EVALUACIONES.....	13
9.	MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD .....	13
10.	CONCRECIÓN DEL DESARROLLO DE DESDOBLES, AGRUPACIONES FLEXIBLES Y/O APOYOS .....	14
11.	CONCRECIÓN DE LOS PLANES, PROGRAMAS Y PROYECTOS.....	14
12.	ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES .....	14
13.	INTEGRACIÓN DE LOS OBJETIVOS DE IGUALDAD Y COEDUCACIÓN.....	15
14.	EVALUACIÓN DEL DESARROLLO DE LA PROGRAMACIÓN Y DE LA PRÁCTICA DOCENTE .....	15

## **1. INTRODUCCIÓN / CONTEXTUALIZACIÓN**

La presente programación se ha desarrollado para la impartición del módulo de Comercio Electrónico, perteneciente al título de Técnico en Actividades Comerciales y 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.

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 las programaciones didácticas del centro.

Datos identificativos:

- Centro: IES Las Llamas
- Ciclo Formativo de Grado Medio de Técnico en Comercio Internacional
- Módulo Profesional: Comercio Electrónico
- Código: 1235
- Duración: 165 horas (5 horas semanales)
- Docente responsable: María Auxiliadora López Vecino

### **1.1. MARCO NORMATIVO**

La presente programación se desarrolla conforme a la normativa vigente siguiente:

- 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.
- Orden EDU/49/2025, de 28 de agosto, por la que se determina el currículo y se regulan determinados aspectos organizativos para los ciclos formativos de grado superior de la familia profesional Comercio y Marketing en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Cantabria.
- Orden EDU/49/2025, de 28 de agosto, por la que se determina el currículo y se regulan determinados aspectos organizativos para los ciclos formativos de grado superior de la familia profesional Comercio y Marketing en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Cantabria.

### **1.2. 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.

### **1.3. COMPETENCIA GENERAL DEL TÍTULO**

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 (Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre, artículo 4).

#### 1.4. COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES

Las competencias profesionales, personales y sociales del Técnico en Actividades Comerciales se recoge el Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre, en su artículo 5.

#### 1.5. OBJETIVOS GENERALES DEL CICLO FORMATIVO

Se recogen en el Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre, en su artículo 9, los objetivos generales de este ciclo.

#### 1.6. CUALIFICACIONES Y UNIDADES DE COMPETENCIA: CATÁLOGO NACIONAL

Según el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales, el módulo está asociado a la unidad de competencia UC2387\_3.

<b>Módulo profesional</b>	<b>Comercio electrónico</b>	<b>Relación con objetivos generales:</b> k), l), q), r), s), t), u), v), w), x) e y)	
		<b>Relación con competencias:</b> g), m), n) ñ), o), p), q), r) y s)	
		<b>Duración:</b> 165 h.	<b>Código:</b> 1235

#### 1.7. CARACTERÍSTICAS CONCRETAS DEL GRUPO DE ALUMNOS

El grupo está compuesto por unos 7 alumnos, cuyas edades oscilan entre los 17 y los 30 años. Aunque tienen conocimientos generales sobre el uso de Internet, no cuentan con experiencia en su aplicación a la gestión de un negocio en línea.

#### 1.8. PROPUESTAS DE MEJORA

Se propone potenciar la aplicación práctica del comercio electrónico, priorizando la planificación de operaciones digitales, la selección de plataformas tecnológicas adecuadas y la gestión eficiente de procesos de compra, venta y atención al cliente en entornos online. Asimismo, se fomentará el uso de herramientas digitales avanzadas, con el objetivo de mejorar la comunicación y el desempeño profesional en contextos de negocio digital.

#### 1.9. COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES DEL MÓDULO

Según establece 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, este módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales k), l), q), r), s) y t) del ciclo formativo.

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. OBJETIVOS GENERALES, RESULTADOS DE APRENDIZAJE, CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y CONTENIDOS

Los objetivos generales del ciclo a los que contribuye expresamente en el módulo están directamente relacionados con los resultados de aprendizaje:

OBJETIVOS GENERALES	RESULTADOS DE APRENDIZAJE
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.	RA1 – RA3 – RA5
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.	RA1 – RA4
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.	RA1 – RA3 – RA5
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.	RA1 – RA2 – RA4
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.	RA2 – RA3 – RA5
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.	RA1 – RA4

Los resultados de aprendizaje se valoran según su aporte a los objetivos generales y su relación con las distintas unidades de trabajo del módulo. Esta relación ayuda a identificar si algún resultado es clave para aprobar el módulo, al ser el único que cumple con un objetivo específico.

RA	Logro	Objeto	Acciones en el contexto del aprendizaje	Ponderación %
1	Aplica	Las directrices del plan de marketing digital de la empresa	Participando en su ejecución y sostenimiento.	25
2	Realiza	Las acciones necesarias para efectuar ventas online	Aplicando las políticas de comercio electrónico definidas por la empresa.	25
3	Realiza	El mantenimiento de la página web corporativa, la tienda electrónica y el catálogo online	Utilizando aplicaciones informáticas y lenguajes específicos.	30
4	Establece	Foros de comunicación entre usuarios	Utilizando las redes sociales de ámbito empresarial.	15
5	Utiliza	Entornos de trabajo dirigidos al usuario final (Web 2.0 o versiones actuales)	Integrando herramientas informáticas y recursos de Internet.	5

## 2.1. CRITERIOS DE EVALUACIÓN PARA CADA RESULTADO DE APRENDIZAJE

La calificación tiene como objetivo certificar el logro de las competencias a través la adquisición de los RA del módulo, siguiendo los criterios de evaluación que se utilizan en cada uno.

### Criterios de evaluación para RA1 (ponderación 25%):

%	CE	Instrumento evaluación	Unidades asociadas
4	a) Se han examinado las características generales y particulares de un plan de marketing digital capaz de alcanzar los objetivos comerciales de la empresa.	Pruebas escritas y/o ejercicios prácticos.	Unidad 01
3	b) Se han ejecutado los procesos de posicionamiento y marketing online.		
3	c) Se han ejecutado los procesos de publicidad y promoción online ajustados a la normativa legal existente.		
3	d) Se han identificado los elementos que configuran el marketing de buscadores.		
3	e) Se han evaluado los desafíos del marketing electrónico: la confianza en los medios de pago, los problemas logísticos y la seguridad.		
3	f) Se han gestionado electrónicamente las relaciones con los clientes y clientas, definiendo el programa de fidelización y las herramientas que se van a utilizar.		
3	g) Se han reconocido las nuevas tendencias de comunicación y relación con el cliente en el marketing digital.		
3	h) Se han identificado nuevas tendencias en el marketing digital, así como el uso de nuevas herramientas tales como la inteligencia artificial.		

### Criterios de evaluación para RA2 (ponderación 25%):

%	CE	Instrumento evaluación	Unidades asociadas
3	a) Se han establecido los parámetros necesarios para crear o adaptar un negocio online.	Pruebas escritas y/o ejercicios prácticos.	Unidad 02
3	b) Se han definido acciones de captación de cliente enfocadas al comercio electrónico.		
3	c) Se han identificado los modelos de negocio convencionales y electrónicos existentes en la red.		
10	d) Se ha diseñado una tienda virtual con autonomía, creatividad y profesionalidad.		
2	e) Se ha planificado la gestión de los pedidos recibidos y todo el proceso logístico.		
2	f) Se han establecido los medios de pago que se van a utilizar.		
2	g) Se han seleccionado los sistemas de seguridad que garanticen la privacidad e invulnerabilidad de las operaciones.		

### Criterios de evaluación para RA3 (ponderación 30%):

%	CE	Instrumento evaluación	Unidades asociadas
1	a) Se han redactado sentencias en lenguaje de etiquetas de hipertexto (HTML).	Pruebas escritas y/o ejercicios prácticos.	Unidad 03
1	b) Se han utilizado programas comerciales para crear los ficheros que componen las páginas web.		

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

**Criterios de evaluación para RA4 (ponderación 15%):**

%	CE	Instrumento evaluación	Unidades asociadas
2	a) Se han utilizado programas web para mantener cibercharlas de texto.	Pruebas escritas y/o ejercicios prácticos.	Unidad 04
2	b) Se han manejado aplicaciones de mensajería instantánea.		
2	c) Se han aplicado sistemas de comunicación oral que utilizan solo sonido o sonido e imagen.		
2	d) Se han propuesto temas de contenido profesional a través de blogs temáticos.		
2	e) Se han establecido contactos sobre temas concretos a través de blogs temáticos de contenido profesional.		
2	f) Se han efectuado comunicaciones, publicidad y ventas con otros usuarios de la red a través de redes sociales.		
2	g) Se han generado contenidos audiovisuales y fotográficos de la actividad, productos y procesos comerciales.		

**Criterios de evaluación para RA5 (ponderación 5%):**

%	CE	Instrumento evaluación	Unidades asociadas
1	a) Se han definido los modelos y funcionalidades Web 2.0 o versiones actuales existentes en la red.	FEM	
1	b) Se han utilizado los recursos gratuitos y libres incluidos en los sitios Web 2.0 o versiones actuales.		
1	c) Se han aplicado los resultados obtenidos en el entorno Web 2.0 o versiones actuales mediante la información (feedback) proporcionada por los usuarios.		
1	d) 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.		
1	e) Se han seleccionado las acciones necesarias para integrar el comercio electrónico con funcionalidades propias de la Web 2.0 o versiones actuales,		

## 2.2. CONTENIDOS

Según la Orden EDU/49/2025, de 28 de agosto, los contenidos del módulo son los siguientes:

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 y clientas (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 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 programas webchat.
- Servicio de mensajería instantánea.

- Telefonía por Internet.
- Los foros: leer y escribir en un foro.
- Los grupos de discusión.
- Redes sociales.
- Weblogs, blogs o 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 o versiones actuales:

- Concepto y características.
- Funcionalidades: opiniones y foros de usuarios.
- Reputación corporativa online.
- Objetivos que hay que alcanzar.
- Herramientas del marketing online utilizadas en la Web 2.0 o versiones actuales.
- 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.

### 2.3. UNIDADES DIDÁCTICAS

Unidad 1: El plan de marketing

Unidad 2: Creación de una página web

Unidad 3. Mantenimiento de una página web

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

Unidad 5: Web 2.0

## 3. DISTRIBUCIÓN TEMPORAL

El módulo se imparte a razón de 4 horas semanales, desde septiembre hasta febrero, abarcando dos evaluaciones. La distribución temporal es orientativa y podrá ajustarse según el desarrollo del curso y las necesidades del alumnado.

RA	UNIDAD	TÍTULO	HORAS	EVALUACIÓN
-	0	Presentación del módulo	1	Primera
1	1	El plan de marketing	20	
2	2	Creación de una página web	24	

3	3	Mantenimiento de una página web	18	Segunda
4	4	Establecimiento de relaciones con otros usuarios de la red	8	
5	5	Web 2.0	95	FEM

#### 4. ASPECTOS CURRICULARES MÍNIMOS

RA Clave del módulo: RA3 – Realiza el mantenimiento de la página web corporativa, la tienda electrónica y el catálogo online, utilizando aplicaciones informáticas y lenguajes específicos (Ponderación: 30%).

Este resultado de aprendizaje se considera clave porque sintetiza los conocimientos y habilidades adquiridos a lo largo del módulo, integrando aspectos técnicos, comerciales y comunicativos. Su carácter transversal permite evaluar la competencia del alumnado en la gestión digital del comercio, alineada con las exigencias reales del entorno profesional.

Competencias asociadas: g), h), i), j), ñ), o), p), q)

**Aplicabilidad:** es esencial para que el alumnado pueda mantener y actualizar entornos digitales de venta, garantizando la operatividad de la tienda online, la presentación eficaz de productos y servicios, y la interacción con clientes. Además, permite aplicar criterios de usabilidad, accesibilidad y posicionamiento web, fundamentales en el comercio electrónico actual.

**Justificación didáctica:** este RA articula los contenidos del módulo desde una perspectiva práctica y especializada, alineada con las competencias profesionales definidas en el Real Decreto. Su evaluación permite verificar si el alumnado ha adquirido las capacidades necesarias para desenvolverse en entornos digitales de venta, lo que lo convierte en un indicador clave del éxito formativo.

#### 5. ENFOQUES DIDÁCTICOS Y METODOLÓGICOS

Según la Orden EDU/49/2025, de 28 de agosto, 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 o versiones actuales.

Las actividades profesionales asociadas a esta función 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.

### **5.1. METODOLOGÍA PARA EL DESARROLLO DE UNIDADES DIDÁCTICAS**

1. Introducción: breve presentación de objetivos, contenidos y criterios de evaluación, explicando su relación con otras unidades. Se facilitarán los materiales necesarios antes de iniciar la unidad.

2. Exposición teórica: el docente explicará los aspectos teóricos con apoyo de elementos visuales y ejemplos reales del ámbito empresarial.

3. Trabajos prácticos: se reforzará el aprendizaje con actividades prácticas, tanto en clase como fuera, individuales o en grupo.

La metodología busca que el alumnado adquiera una visión global y práctica de los procesos productivos relacionados con el Comercio Electrónico.

- El aprendizaje se centra en el “saber hacer”, organizando los contenidos en torno a procesos reales de trabajo.
- Las unidades didácticas tienen un enfoque interdisciplinar, integrando conceptos, técnicas y procedimientos de otras materias del ciclo.
- Se combinan explicaciones teóricas con material gráfico, imágenes y vídeos, que facilitan la comprensión y preparan al alumnado para realizar las actividades de evaluación.
- Siempre que sea posible, se utilizarán equipos informáticos e internet para realizar tareas, buscar información y aplicar contenidos en entornos reales.

## **6. MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS**

Todos los recursos y materiales necesarios para el desarrollo de cada unidad, tales como apuntes, documentación o recursos digitales, se pondrán a disposición del alumno o se indicará cómo obtenerlos.

Bibliografía recomendada: Martínez Valverde, J. F., & Rojas Ruiz, F. (2025). *Comercio electrónico* (2.ª ed.). Editorial Paraninfo.

## **7. USO DE ESPACIOS ESPECÍFICOS Y EQUIPAMIENTOS**

El espacio necesario para la impartición del módulo, según el Real Decreto 1574/2011 por el que se establece el Título de Técnico en Actividades Comerciales, es el aula de informática que dispone equipos informáticos para todos los alumnos, con conexión a internet y el software y

programas necesarios para abordar todos los contenidos del módulo. Además, el aula dispone de un equipo informático para el profesor/a con conexión a Internet y cañón proyector.

## 8. PROCEDIMIENTOS, ACTIVIDADES E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

### 8.1. INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

Los recursos de aprendizaje se evaluarán en función del criterio de evaluación perseguido en cada caso. Se realizarán dos tipos de pruebas que deberán realizarse en las fechas indicadas. Las actividades entregadas fuera de plazo no serán calificadas, ni se repetirán las pruebas no realizadas por inasistencia a las mismas.

Las **pruebas escritas**, que permiten una evaluación de los contenidos teóricos, consistirán en una relación de preguntas con diversos formatos, como opción múltiple, verdadero o falso, completar espacios en blanco (cuando hay una única respuesta correcta) y de relacionar, presentación oral, etc. También pueden consistir en cuestiones cuya respuesta debe ser breve y razonada. Este tipo de pruebas serán siempre individuales.

Los **ejercicios prácticos**, que busca reflejar el desempeño real en el campo profesional y aplicar los conocimientos adquiridos, posibilitan medir la capacidad del alumno para resolver problemas, tomar decisiones y ejecutar tareas específicas. Las pruebas consistirán en análisis de situaciones, presentaciones orales y/o visuales, debates, informes, desarrollo de proyectos, etc. Se valorará, entre otros aspectos, la aplicación de conocimientos, la creatividad y originalidad, la precisión y destreza, la presentación y ortografía, la capacidad de análisis para identificar problemas y proponer soluciones adecuadas, el cumplimiento de objetivos y la eficiencia y manejo del tiempo, es decir, la capacidad para completar la tarea dentro de un tiempo límite o con los recursos disponibles. Este tipo de pruebas podrán ser planteadas para resolver tanto de forma individual como en equipo.

### 8.2. PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN

La evaluación recoge información sobre el proceso de enseñanza-aprendizaje del alumnado, identificando áreas de mejora y considerando los objetivos del ciclo formativo. Abarca los distintos ámbitos, módulos profesionales y proyectos, tomando como referencia los resultados de aprendizaje y los criterios de evaluación de cada módulo, así como los objetivos generales del curso.

Esta programación entiende la evaluación como continua, formativa, integradora, personalizada y compartida, implicando al alumnado y haciéndolo consciente de su progreso y de las metas por alcanzar.

La evaluación del módulo se organiza en tres momentos clave:

- **Evaluación cualitativa** (octubre): centrada en observar actitudes, hábitos de trabajo y nivel inicial. No tiene carácter numérico, pero orienta el proceso de enseñanza-aprendizaje.

- **Primera evaluación** (diciembre): se aplican instrumentos de evaluación continua y sumativa para valorar el progreso del alumnado en los resultados de aprendizaje trabajados hasta ese momento.
- **Evaluación final** (febrero): Integra los resultados obtenidos a lo largo del módulo y permite recuperar aquellos no superados en evaluaciones anteriores.

### Modalidades de evaluación

#### 1. Evaluación continua

- Se desarrolla durante todo el módulo.
- Incluye tareas, actividades y controles que permiten comprobar la asimilación de contenidos.
- Su finalidad es acompañar y mejorar el aprendizaje de manera progresiva.

#### 2. Evaluación sumativa

- A lo largo del trimestre se realizan exámenes por temas, además de actividades y trabajos.
- Al finalizar cada evaluación, se integran los resultados para calcular la nota y reflejar el rendimiento global.

#### 3. Evaluación final

- Se realiza al concluir el módulo.
- Permite recuperar los resultados de aprendizaje no alcanzados en evaluaciones anteriores.

Para aprobar el módulo es necesario superar **cada resultado de aprendizaje**, ya que están interrelacionados y no se pueden aprobar de forma independiente.

Al final de cada trimestre se dará una calificación parcial basada en los resultados obtenidos. Para aprobar el módulo, es necesario obtener al menos un **5 en cada resultado de aprendizaje**. Esta nota se calcula hallando la media ponderada del porcentaje de cada RA evaluado, teniendo en cuenta las pruebas y ejercicios realizados y según los criterios de evaluación aplicados.

### 8.3. PLAN DE RECUPERACIÓN DE EVALUACIONES

Se dispondrá de un periodo de recuperación para los resultados de aprendizaje (RA) no superados. En esta **evaluación final** se realizarán únicamente actividades de recuperación de los RA no aprobados.

La calificación final del módulo se obtendrá mediante la media ponderada de las calificaciones de los RA. Para superar el módulo, será imprescindible obtener una calificación igual o superior a **5 cada resultado de aprendizaje**.

## 9. MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

El grupo de alumnos presenta una notable heterogeneidad en cuanto a sus competencias previas, especialmente en lo relativo a la comprensión y uso de aplicaciones informáticas. Esta diversidad influye directamente en el desarrollo de las actividades del módulo, requiriendo una

adaptación metodológica que favorezca la participación activa y el aprendizaje significativo de todo el alumnado.

Para atender esta situación, se implementarán medidas específicas en coherencia con el Plan de Atención a la Diversidad (PAD) del IES Las Llamas:

- Fomento del trabajo colaborativo, como estrategia para que los alumnos compartan conocimientos, se apoyen mutuamente y desarrollen habilidades sociales y técnicas.
- Atención personalizada, facilitada por el reducido número de alumnos, lo que permite realizar un seguimiento individualizado y ajustar el ritmo de aprendizaje a las necesidades particulares.

Estas medidas se alinean con el PAD del centro, que promueve la inclusión educativa mediante la adaptación de metodologías, sin alterar los resultados de aprendizaje ni los criterios de evaluación establecidos en el currículo oficial. El objetivo es garantizar que todos los alumnos puedan alcanzar las competencias previstas, respetando sus ritmos y estilos de aprendizaje.

## **10. CONCRECIÓN DEL DESARROLLO DE DESDOBLES, AGRUPACIONES FLEXIBLES Y/O APOYOS**

No se contemplan.

## **11. CONCRECIÓN DE LOS PLANES, PROGRAMAS Y PROYECTOS**

Durante el desarrollo del módulo se favorece la integración de proyectos institucionales y programas educativos que enriquecen el proceso de enseñanza-aprendizaje y lo conectan con el entorno profesional y europeo. En concreto:

Formación en empresas: El módulo se vincula con la formación práctica en centros de trabajo, donde el alumnado puede aplicar los contenidos abordados en el aula, como la gestión documental, la planificación de acciones comerciales o logísticas, y la toma de decisiones en entornos reales.

Sostenibilidad: Se promueve el análisis de prácticas profesionales que reduzcan el impacto ambiental, integrando contenidos relacionados con la normativa ecológica, el uso eficiente de recursos, el diseño de estrategias sostenibles y la responsabilidad social corporativa.

Estas iniciativas se relacionan directamente con los contenidos del módulo y refuerzan competencias como la planificación logística, la comunicación en inglés, la toma de decisiones y la responsabilidad medioambiental, alineándose con los objetivos generales del ciclo formativo y con el enfoque práctico de la Formación Profesional.

## **12. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES**

Se llevarán a cabo actividades que puedan surgir a lo largo del año y que resulten beneficiosas para el aprendizaje de los estudiantes, todas con una finalidad didáctico-pedagógica, bien como complemento, profundización o metodología práctica para explicar contenidos teóricos. Su realización podrá verse condicionada por las posibilidades que ofrece el horario y/o disponibilidad de medios, tanto materiales como humanos.

### **13. INTEGRACIÓN DE LOS OBJETIVOS DE IGUALDAD Y COEDUCACIÓN**

La programación didáctica del módulo Comercio Electrónico se ajusta a lo establecido en la legislación vigente en materia de igualdad y coeducación, en particular a lo dispuesto en la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, y a las directrices recogidas en el Plan de Igualdad y Coeducación del IES Las Llamas, en el marco del Proyecto Educativo del Centro.

### **14. EVALUACIÓN DEL DESARROLLO DE LA PROGRAMACIÓN Y DE LA PRÁCTICA DOCENTE**

La programación es un documento flexible que puede ajustarse a lo largo del curso según las necesidades detectadas en el proceso de enseñanza-aprendizaje. Para ello, se evaluarán tanto la programación como la práctica docente, atendiendo a aspectos como:

- Adecuación y cumplimiento de los objetivos.
- Utilidad de materiales y recursos.
- Eficacia de los procedimientos de evaluación.
- Idoneidad de los criterios de calificación.
- Temporalización y metodología aplicada.

#### **Instrumentos de evaluación de la práctica docente**

##### **1. Análisis de resultados académicos**

- Grado de adquisición de los resultados de aprendizaje.
- Porcentaje de alumnado que supera el módulo.
- Evolución respecto a evaluaciones anteriores.

##### **2. Cuestionario de autoevaluación del alumnado**

- Valoración del proceso de enseñanza.
- Adecuación de recursos y actividades.

##### **3. Autoevaluación docente**

- Desarrollo de contenidos.
- Eficacia metodológica.
- Utilidad de los recursos empleados.

Los resultados obtenidos permitirán realizar los ajustes necesarios en la programación.