

Programación didáctica del módulo:

0931 MARKETING DIGITAL

1º curso CFGS Gestión de ventas y espacios comerciales

Curso 2025-2026

Carmen Espinosa Bedia

Departamento de Comercio y Marketing

IES Las Llamas - Santander



ÍNDICE

| | |
|---|-----------|
| 1. INTRODUCCIÓN..... | 3 |
| 1.1. IDENTIFICACIÓN DEL CICLO Y DEL MÓDULO..... | 3 |
| 1.2. NORMATIVA..... | 3 |
| 1.3. CONTEXTUALIZACIÓN..... | 4 |
| 2. OBJETIVOS GENERALES Y COMPETENCIAS PROFESIONALES. | 4 |
| 3. RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN. | 7 |
| 4. ASPECTOS CURRICULARES MÍNIMOS PARA SUPERAR EL MÓDULO..... | 10 |
| 5. RESULTADOS DE APRENDIZAJE DUALIZADOS | 11 |
| 6. DISTRIBUCIÓN TEMPORAL..... | 12 |
| 7. ENFOQUES DIDÁCTICOS Y METODOLÓGICOS. | 13 |
| 8. PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN. | 14 |
| 8.1. ACTIVIDADES E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN..... | 14 |
| 8.2. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN..... | 15 |
| 8.3. PROCEDIMIENTO PARA LA RECUPERACIÓN | 16 |
| 8.4. PRÁCTICAS FRAUDULENTAS. | 17 |
| 9. MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS | 17 |
| 10. MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD. | 17 |
| 11. CONCRECCIÓN DE PLANES, PROGRAMAS O PROYECTOS. | 18 |
| 12. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES..... | 19 |
| 13. CRITERIOS Y PROCEDIMIENTOS PARA LA EVALUACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN Y DE LA PRÁCTICA DOCENTE..... | 19 |
| 14. PLANIFICACIÓN DEL USO DE ESPACIOS Y EQUIPAMIENTOS. | 20 |
| 15. CONCRECCIÓN DEL DESARROLLO DE DESDOBLES, AGRUPACIONES FLEXIBLES Y/O APOYOS DOCENTES. 21 | |
| 16. PROYECTO PILOTO C+D GESTIÓN COMERCIAL INMOBILIARIA. | 21 |

1. INTRODUCCIÓN.

La presente programación se ha desarrollado para la impartición del Módulo de Marketing digital, perteneciente al título de Técnico superior en Gestión de ventas y espacios comerciales.

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.

El módulo contiene la formación necesaria para planificar y desarrollar acciones de marketing digital, gestionando páginas web y sistemas de comunicación a través de Internet, para lograr los objetivos de marketing y de la política de comercio electrónico de la empresa.

La programación didáctica concreta el currículo y, para su elaboración, se han tenido en cuenta los criterios emanados del Proyecto curricular, 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.

1.1. Identificación del ciclo y del módulo

El título de Gestión de ventas y espacios comerciales queda identificado por los siguientes elementos:

- Título: Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales (código COM303C)
- Nivel: Formación Profesional de Grado Superior
- Duración: 2.000 horas
- Familia profesional: Comercio y Marketing
- Referente en la Clasificación Internacional Normalizada de la Educación 2011: P-5.5.4.
- Nivel 5A del Marco Español de Cualificaciones para el Aprendizaje Permanente.

Módulo no asociado a ningún estándar de competencia profesional.

1.2. Normativa

La indicada en las “Instrucciones de inicio de curso” de la Dirección General de Formación Profesional y Educación Permanente para centros educativos que imparten Formación Profesional del Sistema Educativo en Cantabria, específicamente:

- ✓ [Real Decreto 1573/2011](#), de 4 de noviembre, por el que se establece el Título de Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios 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.

1.3. Contextualización.

La presente programación se pondrá en práctica en el IES Las Llamas en el curso 2025-2026 en el grupo de primero de Gestión de ventas y espacios comerciales.

El grupo está formado por 25 estudiantes de procedencias académicas muy diversas. La mayoría de los estudiantes están comprendidos entre los 18 y los 20 años, aunque también hay dos que superan la media. Estas diferencias hacen que las motivaciones y los ritmos de aprendizaje sean dispares.

En cuanto a la actitud ante el módulo, la mayoría muestran interés y curiosidad ante los temas relacionados con el marketing digital y el comercio electrónico.

2. OBJETIVOS GENERALES Y COMPETENCIAS PROFESIONALES.

El módulo profesional de “Marketing digital” contribuye a la adquisición de los siguientes objetivos generales y competencias profesionales:

| | |
|-------------------|---|
| Marketing digital | Relación con objetivos generales: c), o), p), q), r), s), t), u), v), w) y x) |
| | Relación con competencias: c), l), m), n), ñ), o), p), q) y r) |

| Objetivos generales |
|---|
| c) Utilizar las nuevas tecnologías de la comunicación a través de Internet, construyendo, alojando y manteniendo páginas web corporativas y gestionando los sistemas de comunicación digitales, para planificar y realizar acciones de marketing digital. |
| o) 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. |
| p) 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. |
| q) 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. |
| r) Desarrollar técnicas de liderazgo, motivación, supervisión y comunicación en contextos de trabajo en grupo, para facilitar la organización y coordinación de equipos de trabajo. |

| |
|---|
| s) 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. |
| t) 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. |
| u) Identificar y proponer las acciones profesionales necesarias, para dar respuesta a la accesibilidad universal y al «diseño para todos». |
| v) 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. |
| w) 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. |
| x) 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. |

| Competencias profesionales, personales y sociales |
|---|
| c) Planificar y desarrollar acciones de marketing digital, gestionando páginas web y sistemas de comunicación a través de Internet, para lograr los objetivos de marketing y de la política de comercio electrónico de la empresa. |
| l) 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. |
| m) 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. |
| n) 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. |
| ñ) 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. |
| o) 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. |
| p) 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. |
| q) 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. |

r) 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.

Relación entre resultados de aprendizaje del módulo, objetivos generales del ciclo y competencias profesionales, personales y sociales del título:

| Objetivos generales | Competencias profesionales, personales y sociales | RA1 | RA2 | RA3 | RA4 | RA5 | RA6 | RA7 |
|----------------------------|--|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| c | c | | | | x | x | x | x |
| o | l | x | x | x | | | | |
| p, q | m | | | | x | x | x | x |
| r | n | | | | x | x | x | x |
| s | ñ | | x | | x | x | | x |
| t | o | x | x | x | | | | |
| u, v | p | | | | | x | | x |
| w | q | | | x | | | | x |
| x | r | | | x | x | | | x |

3. RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN.

| | |
|--|---|
| RA1 | Criterios de evaluación |
| Administra los accesos y conexiones a redes públicas, semipúblicas y privadas, utilizando navegadores y buscadores de información especializados en la red pública Internet. | <ul style="list-style-type: none"> a) Se han identificado los conceptos esenciales de funcionamiento y uso de la red. 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 extranet. e) Se han utilizado los principales programas navegadores para moverse por la red. f) Se han realizado búsquedas selectivas de información mediante aplicaciones específicas. g) Se han utilizado buscadores especializados por temas y otras aplicaciones de búsqueda avanzada. |
| RA2 | Criterios de evaluación |
| Gestiona diversos servicios y protocolos de Internet, manejando programas de correo electrónico y de transferencia de archivos, entre otros. | <ul style="list-style-type: none"> 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 la 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 ha descargado software gratuito con y sin limitaciones de tiempo de uso, con responsabilidad y seguridad. g) Se han realizado descargas de vídeos, música y videojuegos, entre otros. |
| RA3 | Criterios de evaluación |
| Realiza la facturación electrónica y otras tareas administrativas de forma telemática, utilizando en cada caso software específico. | <ul style="list-style-type: none"> a) Se han identificado los formatos electrónicos de factura de mayor o menor complejidad (EDIFACT, XML, PDF, HTML, doc., xis, 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. |

| | |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> e) Se han utilizado herramientas comunes en Internet relativas a la relación de nuestra empresa con organismos públicos y otras entidades. f) Se han probado diversas herramientas de tipo generalista que se utilizan en la red. g) Se han identificado los programas perjudiciales para la seguridad e integridad de los datos almacenados en nuestros equipos informáticos. h) Se han aplicado las barreras de seguridad necesarias para salvaguardar la información de nuestra empresa. |
| RA4 | Criterios de evaluación |
| Determina la estrategia que se ha de seguir en las interrelaciones con otros usuarios de la red, utilizando programas específicos, foros de comunicación y redes sociales de ámbito empresarial. | <ul style="list-style-type: none"> a) Se han utilizado programas web para mantener cibercharlas de texto. b) Se han utilizado programas de mensajería instantánea. c) Se han aplicado sistemas de comunicación oral que utilizan solo sonido o sonido e imagen. d) Se han establecido contactos con otros usuarios de la red a través de foros de debate y opinión, mediante una comunicación eficaz y respetuosa. e) Se han establecido contactos sobre temas concretos a través de blogs temáticos de contenido profesional. f) Se han efectuado comunicaciones, publicidad y ventas con otros usuarios de la red a través de redes sociales. g) Se han generado contenidos audiovisuales y fotográficos de la actividad, productos y procesos comerciales, con creatividad e innovación para garantizar su calidad. |
| RA5 | Criterios de evaluación |
| Construye páginas web atractivas para los usuarios de Internet, utilizando criterios de posicionamiento, fácil manejo y persuasión. | <ul style="list-style-type: none"> a) Se han redactado las sentencias más utilizadas en lenguaje de etiquetas de hipertexto (HTML). b) Se han utilizado programas comerciales que permiten crear de forma sencilla los ficheros que componen las páginas web. c) Se ha registrado la dirección de páginas web con dominio propio o con alojamiento gratuito. d) Se han enviado al servidor de Internet ficheros web creados mediante programas especializados en esta tarea. e) Se han utilizado programas específicos de inclusión de textos, imágenes y sonido. f) Se ha construido una web eficiente para el comercio electrónico, conforme a las nuevas situaciones tecnológicas. g) Se han incluido en la web enlaces de interés capaces de generar tráfico orientado e interesado en lo que se ofrece. |

| | |
|--|--|
| RA6 | Criterios de evaluación |
| <p>Diseña el plan de marketing digital en el mercado on-line, definiendo soluciones estratégicas mediante la implementación de acciones específicas de desarrollo de la marca comercial.</p> | <ul style="list-style-type: none"> a) Se ha preparado un plan de marketing digital que permita alcanzar los objetivos comerciales de la empresa. b) Se han definido los procesos de posicionamiento y marketing online. c) Se han establecido las pautas que hay que seguir para realizar la publicidad y promoción on-line. d) Se han identificado los elementos que configuran el marketing de buscadores. e) Se han evaluado los retos del marketing electrónico: la confianza en los medios de pago, los problemas logísticos y la seguridad, con autonomía y responsabilidad. f) Se han realizado las tareas necesarias para gestionar y fidelizar a los clientes a través de la red, con iniciativa y autonomía en las mismas. g) Se han identificado las nuevas tendencias de comunicación y relación con el cliente en el marketing digital. h) Se han realizado acciones de marketing efectuadas a través de dispositivos móviles. i) Se han identificado nuevas tendencias en el marketing digital, así como el uso de nuevas herramientas tales como la inteligencia artificial. |
| RA7 | Criterios de evaluación |
| <p>Define la política de comercio electrónico de la empresa, estableciendo las acciones necesarias para efectuar ventas on-line.</p> | <ul style="list-style-type: none"> a) Se han establecido los parámetros necesarios para crear o adaptar un negocio on-line. b) Se han definido acciones de captación enfocadas al comercio electrónico. c) Se han reconocido los modelos de negocio existentes en la red. d) Se ha diseñado una tienda virtual, con creatividad e innovación. e) Se ha planificado la gestión de los pedidos recibidos y todo el proceso logístico. f) Se han identificado los aspectos jurídicos y de protección de datos en el comercio electrónico. g) Se han establecido los medios de pago que se van a utilizar. h) Se han seleccionado los sistemas de seguridad que garanticen la privacidad e invulnerabilidad de las operaciones. i) Se han identificado los diferentes tipos de negocios electrónicos existentes. |

4. ASPECTOS CURRICULARES MÍNIMOS PARA SUPERAR EL MÓDULO.

Resultados de aprendizaje clave

Se considera que los siguientes resultados de aprendizaje son claves para que el estudiante pueda alcanzar de manera íntegra la competencia profesional c) *Planificar y desarrollar acciones de marketing digital, gestionando páginas web y sistemas de comunicación a través de Internet, para lograr los objetivos de marketing y de la política de comercio electrónico de la empresa.*

- RA4. *Determina la estrategia que se ha de seguir en las interrelaciones con otros usuarios de la red, utilizando programas específicos, foros de comunicación y redes sociales de ámbito empresarial.* Este RA es imprescindible para alcanzar la parte de la competencia referida a “sistemas de comunicación a través de Internet”.
- RA5. *Construye páginas web atractivas para los usuarios de Internet, utilizando criterios de posicionamiento, fácil manejo y persuasión.* Este RA es imprescindible para alcanzar la parte de la competencia referida a “la gestión de páginas web”.
- RA6. *Diseña el plan de marketing digital en el mercado on-line, definiendo soluciones estratégicas mediante la implementación de acciones específicas de desarrollo de la marca comercial.* Este RA es imprescindible para alcanzar la parte de la competencia referida a la “planificación y desarrollo de acciones de marketing digital”.
- RA7. *Define la política de comercio electrónico de la empresa, estableciendo las acciones necesarias para efectuar ventas on-line.* Este RA es imprescindible para alcanzar la parte de la competencia referida a “la política de comercio electrónico de la empresa”.

| | |
|-----|-------|
| RA4 | Clave |
| RA5 | Clave |
| RA6 | Clave |
| RA7 | Clave |

5. RESULTADOS DE APRENDIZAJE DUALIZADOS

Se dualizarán los siguientes resultados de aprendizaje y criterios de evaluación:

| Resultados de aprendizaje | Criterios de evaluación |
|--|--|
| RA1 Administra los accesos y conexiones a redes públicas, semipúblicas y privadas, utilizando navegadores y buscadores de información especializados en la red pública Internet. | CE f) Se han realizado búsquedas selectivas de información mediante aplicaciones específicas. |
| RA2 Gestiona diversos servicios y protocolos de Internet, manejando programas de correo electrónico y de transferencia de archivos, entre otros. | CE c) Se han utilizado programas de cliente de correo electrónico para gestionar el envío y la recepción de mensajes. |
| RA3 Realiza la facturación electrónica y otras tareas administrativas de forma telemática, utilizando en cada caso software específico. | CE d) Se han utilizado aplicaciones específicas de emisión de facturas electrónicas |
| RA4 Determina la estrategia que se ha de seguir en las interrelaciones con otros usuarios de la red, utilizando programas específicos, foros de comunicación y redes sociales de ámbito empresarial. | CE f) Se han efectuado comunicaciones, publicidad y ventas con otros usuarios de la red a través de redes sociales. |
| RA5 Construye páginas web atractivas para los usuarios de Internet, utilizando criterios de posicionamiento, fácil manejo y persuasión. | CE b) Se han utilizado programas comerciales que permiten crear de forma sencilla los ficheros que componen las páginas web. |
| RA6 Diseña el plan de marketing digital en el mercado on-line, definiendo soluciones estratégicas mediante la implementación de acciones específicas de desarrollo de la marca comercial. | CE f) Se han realizado las tareas necesarias para gestionar y fidelizar a los clientes a través de la red, con iniciativa y autonomía en las mismas. |
| RA7 Define la política de comercio electrónico de la empresa, estableciendo las acciones necesarias para efectuar ventas on-line. | CE b) Se han definido acciones de captación enfocadas al comercio electrónico. |

6. DISTRIBUCIÓN TEMPORAL.

| RA | Unidad | Título | Horas | |
|-----|--------|---|-------------|-------------|
| - | MKD00 | Introducción al módulo. | 2h | Trimestre 1 |
| RA1 | MKD01 | Internet: uso, comunicación y conexiones. Navegadores y buscadores. | 16 | |
| RA2 | MKD02 | Servicios de Internet: correo electrónico y transferencias de archivos. | 6 | |
| RA4 | MKD03 | Interacción con otros usuarios: blogs, foros, mensajería instantánea y redes sociales. | 23 | |
| RA5 | MKD04 | Construcción de páginas web | 22 | |
| RA6 | MKD05 | El plan de marketing digital | 30 | Trimestre 2 |
| | MKD06 | Estrategias de posicionamiento web. | 20 | |
| | MKD07 | Estrategias de publicidad online | 15 | |
| | MKD08 | Estrategia de email marketing | 9 | Trimestre 3 |
| RA7 | MKD09 | Definición de una política de e-commerce en la empresa. Modelos de negocio en Internet. Diseño y desarrollo de una tienda on-line | 53 | |
| RA3 | MKD10 | La facturación electrónica. | 10 | |
| | | | 206h | |

La estimación horaria es aproximada en función del horario semanal o la coincidencia con festivos, actividades extraescolares, etc.

7. ENFOQUES DIDÁCTICOS Y METODOLÓGICOS.

Principios metodológicos en los que se basa la metodología planteada.

- Se planteará la materia de una manera atractiva y motivadora, de forma que se despierte el interés del alumno/a por la misma.
- Se fomentará una actitud participativa y cooperativa por parte del alumnado, para que sea protagonista de su propio aprendizaje.
- Se contextualizará y relacionará los contenidos con la realidad de la actividad profesional correspondiente.

Metodología para el desarrollo de los contenidos

Se utilizará una metodología eminentemente práctica, disponiendo cada alumno/a de un equipo informático dotado del software y equipamiento necesario.

Se utilizará una plataforma online (Moodle o Teams) en la que estarán disponibles todos los recursos, materiales y actividades para el desarrollo de cada unidad accesible con la cuenta de Educantabria.

- Antes de comenzar la unidad se realizará una breve introducción de la misma, explicando los objetivos, contenidos, resultados de aprendizaje, criterios de evaluación e instrumentos de evaluación correspondientes.
- Se inicia la unidad con el análisis grupal de casos reales (e-commerce exitosos, campañas de marketing en RRSS, etc.), a modo de presentación, que muestren la aplicación práctica y la importancia de los contenidos que se van a trabajar.
- De manera motivadora y dinámica se realizarán las explicaciones de los aspectos teóricos que permitan a los alumnos/as asimilar conocimientos y procedimientos para encarar los proyectos. Se intentará en la medida de lo posible utilizar elementos visuales y ejemplos reales extraídos de la realidad empresarial como elementos de apoyo.
- Se pasará a la realización de las actividades prácticas y proyectos que permitan al alumnado conseguir alcanzar las competencias necesarias.

A lo largo de todo el curso, cada estudiante creará un negocio sobre el que irá desarrollando e implementando las diferentes acciones de marketing digital, comenzando por la contratación de la conexión a internet y del alojamiento web, creación de una web corporativa, diseño de una tienda virtual, diseño de campañas en rrss y todas las demás acciones de marketing digital estudiadas.

8. PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN.

8.1. Actividades e instrumentos de evaluación.

Para llevar a cabo la evaluación, se utilizarán distintas actividades en función del criterio de evaluación a evaluar.

Actividades de evaluación.

Los diferentes tipos de actividades de evaluación a realizar son:

- Pruebas objetivas de evaluación: pruebas teóricas o resolución de casos prácticos, en los que el estudiante demuestre que es capaz de aplicar las habilidades, destrezas o competencias adquiridos.
- Actividades prácticas, simulaciones y proyectos, consistentes en actividades diarias a desarrollar en el aula de diversa temática:
 - Construcción y diseño de páginas web, blogs y tienda online.
 - Creación de contenidos y materiales publicitarios online.
 - Creación de un perfil en una red social y diseño de campañas de publicidad en rrss.
 - Diseño de materiales publicitarios empleados en marketing digital aplicados
 - Investigaciones web y uso de recursos online disponibles en Internet.
 - Exposición oral de trabajos.
- Participación en talleres, charlas o actividades complementarias organizadas por el/la profesor/a para profundizar en determinados aspectos del módulo.

Las actividades podrán ser individuales o grupales y se desarrollarán en el aula, o fuera del aula, según la temática de la misma.

En el caso de actividades con plazo de entrega, los estudiantes deben cumplir el plazo de entrega establecido para cada una.

Además, cada estudiante será responsable de conservar sus actividades o garantiza el acceso a los proyectos hasta la finalización del curso.

Instrumentos de evaluación:

Los instrumentos de evaluación que se utilizarán para calificar las actividades serán:

- Rúbricas.
- Listas de control.
- Escalas de valoración.
- Clave de respuestas.
- Otros.

8.2. Criterios de calificación

La calificación final del módulo reflejará el nivel de consecución alcanzado en los resultados de aprendizaje.

- Cada RA se califica con una nota entera del 1 al 10, haciendo el redondeo al entero superior desde 0,75.
- Esta nota se calcula mediante la suma ponderada de las actividades de evaluación asociadas a cada criterio, siguiendo los porcentajes establecidos en la tabla de ponderaciones.
- Los RA señalados como "Claves" deben estar aprobados de forma individual para poder superar el módulo.
- La calificación final del módulo se obtiene de la media ponderada (nunca la media aritmética) de las calificaciones de cada RA.
- Para aprobar el módulo, se necesita al menos un 5 en la nota final y tener todos los RA clave aprobados.
- Si algún RA clave está suspenso, no se podrá aprobar el módulo, aunque la nota final global sea superior a 5.

Ponderación de los resultados de aprendizaje:

| | | |
|-----|-----|-------|
| RA1 | 8% | |
| RA2 | 2% | |
| RA3 | 5% | |
| RA4 | 15% | Clave |
| RA5 | 20% | Clave |
| RA6 | 30% | Clave |
| RA7 | 20% | Clave |

Tabla resumen de ponderaciones y actividades de evaluación:

| RA | % | CE | % | Actividad de evaluación |
|-----|----|----|-------|--------------------------------------|
| RA1 | 8% | a | 1,25% | Actividad práctica / prueba objetiva |
| | | b | 1,25% | Actividad práctica / prueba objetiva |
| | | c | 1,25% | Actividad práctica / prueba objetiva |
| | | d | 0,25% | Actividad práctica / prueba objetiva |
| | | e | 2,00% | Actividad práctica / prueba objetiva |
| | | f | 0,50% | Dualizado |
| | | g | 1,50% | Actividad práctica / prueba objetiva |
| RA2 | 2% | a | 0,50% | Actividad práctica |
| | | b | 0,50% | Actividad práctica |
| | | c | 0,10% | Dualizado |
| | | d | 0,20% | Actividad práctica |
| | | e | 0,20% | Actividad práctica |
| | | f | 0,25% | Actividad práctica |
| | | g | 0,25% | Actividad práctica |

| | | | | |
|----------------|-----|---|-------|--------------------------------------|
| RA3 | 5% | a | 0,63% | Prueba objetiva |
| | | b | 0,63% | Actividad práctica |
| | | c | 0,63% | Prueba objetiva |
| | | d | 0,63% | Dualizado |
| | | e | 0,63% | Actividad práctica |
| | | f | 0,63% | Actividad práctica |
| | | g | 0,63% | Prueba objetiva |
| | | h | 0,63% | Prueba objetiva |
| RA4 (Clave) | 15% | a | 0,5% | Actividad práctica |
| | | b | 0,5% | Actividad práctica |
| | | c | 0,5% | Actividad práctica |
| | | d | 1,0% | Actividad práctica |
| | | e | 0,5% | Actividad práctica |
| | | f | 4,0% | Dualizado |
| | | g | 8,0% | Actividad práctica |
| RA5 (Clave) | 20% | a | 0,1% | Actividad práctica |
| | | b | 6,0% | Dualizado |
| | | c | 2,8% | Actividad práctica |
| | | d | 0,1% | Actividad práctica |
| | | e | 9,0% | Actividad práctica |
| | | f | 1,0% | Actividad práctica |
| | | g | 1,0% | Actividad práctica / prueba objetiva |
| | | h | 0,1% | Actividad práctica / prueba objetiva |
| RA6 (Clave) | 30% | a | 7,0% | Actividad práctica / prueba objetiva |
| | | b | 5,0% | Actividad práctica / prueba objetiva |
| | | c | 5,0% | Actividad práctica / prueba objetiva |
| | | d | 5,0% | Actividad práctica / prueba objetiva |
| | | e | 2,0% | Actividad práctica / prueba objetiva |
| | | f | 3,0% | Dualizado |
| | | g | 1,0% | Actividad práctica / prueba objetiva |
| | | h | 1,0% | Actividad práctica / prueba objetiva |
| | | i | 1,0% | Actividad práctica / prueba objetiva |
| | | | | |
| RA7 (Clave) | 20% | a | 2,0% | Actividad práctica / prueba objetiva |
| | | b | 4,0% | Dualizado |
| | | c | 2,0% | Actividad práctica / prueba objetiva |
| | | d | 4,0% | Actividad práctica / prueba objetiva |
| | | e | 4,0% | Actividad práctica / prueba objetiva |
| | | f | 1,0% | Actividad práctica / prueba objetiva |
| | | g | 1,0% | Actividad práctica / prueba objetiva |
| | | h | 1,0% | Actividad práctica / prueba objetiva |
| | | i | 1,0% | Actividad práctica / prueba objetiva |

8.3. Procedimiento para la recuperación

En el caso de no haber superado el módulo en las evaluaciones periódicas (diciembre y marzo) o de tener suspenso algún RA señalado como “clave”, los/las estudiantes deben realizar la recuperación de aquellos RA que tengan suspensos, antes de la evaluación final de junio, según las fechas acordadas y las pruebas de evaluación determinados para cada caso.

Para el proceso de recuperación se determinarán las actividades y pruebas de evaluación a realizar en cada caso particular, según los RA que tenga suspenso cada estudiante, por tanto, cada uno tendrá un plan de recuperación individualizado según los RA que deba que recuperar.

* Para aquellas actividades de evaluación consistentes en la participación en un taller, charla u otra actividad complementaria, en el caso de que el/la estudiante no haya participado, el criterio de evaluación asociado no podrá ser evaluado con otra actividad equivalente, por lo que el criterio de evaluación estará suspenso.

8.4. Prácticas fraudulentas.

En caso de sorprender a algún alumno/a cometiendo alguna de las prácticas consideradas fraudulentas durante la realización de alguna prueba de evaluación se aplicará lo contenido en las **“Normas sobre Prácticas Fraudulentas”** recogidas en el Proyecto Curricular de la familia de Comercio y Marketing.

Además, esta programación se remite a las Normas de organización y funcionamiento del centro (NOF).

En cuanto al uso de herramientas basadas en Inteligencia Artificial, está permitido únicamente cuando se indique expresamente por el profesor/a, en caso contrario, se considerará un uso indebido que pudiera afectar negativamente a la evaluación de la actividad, pudiendo ser calificada con un cero.

9. MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS

Todos los materiales y recursos didácticos necesarios para el desarrollo del módulo, tales como apuntes, documentación, recursos digitales, software, aplicaciones y programas u otros recursos, se pondrán a disposición del alumno/a de manera digital, a través de una plataforma online (Moodle) o serán proporcionados a través de OneDrive o correo electrónico (con la cuenta institucional de Educantabria). En el caso de recursos online, se indicará cómo obtenerlos a través de Internet.

La plataforma digital (Moodle) será utilizada también, de manera general, para la entrega de actividades por parte de los estudiantes.

10. MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD.

La diversidad es una característica del ser humano en todos los ámbitos de la vida, de igual modo, en el ámbito educativo, cada alumno/a tiene una forma diferente de aprender, por lo que la programación será flexible y motivadora, y permitirá desarrollar procesos de aprendizaje adaptados a cada grupo y alumno/a.

La diversidad del alumnado en el ciclo viene en la mayor parte determinada por su distinta procedencia académica o profesional. También hay, aunque en menos casos, alumnos con algún tipo de discapacidad.

La atención a la diversidad en el módulo se fundamenta en el principio de inclusión educativa, garantizando que todo el alumnado pueda alcanzar los resultados de aprendizaje previstos, respetando sus ritmos, estilos y necesidades individuales.

Tomando como base el Plan de Atención a la Diversidad (PAD) del Centro y el Decreto 78/2019, de Atención a la diversidad en Cantabria, se podrán implementar las siguientes medidas de atención a la diversidad:

1. Adaptaciones metodológicas:

- Uso de metodologías activas y participativas (aprendizaje basado en proyectos, trabajo cooperativo, aprendizaje por retos, etc).
- Flexibilización de actividades y tareas, permitiendo diferentes formas de acceso a los contenidos (visual, auditiva, práctica).
- Incorporación de recursos digitales accesibles y herramientas TIC que faciliten el aprendizaje autónomo.

2. Adaptaciones organizativas:

- Apoyos educativos para el alumnado con mayores dificultades de aprendizaje.

3. Adaptaciones curriculares no significativas:

- Ajuste en la complejidad de las tareas sin modificar los objetivos ni los criterios de evaluación.
- Ampliación de plazos para la entrega de trabajos o realización de pruebas.

4. Evaluación adaptada:

- Diversificación de instrumentos de evaluación (rúbricas, observación directa, autoevaluación, pruebas prácticas).
- Posibilidad de realizar pruebas en formatos alternativos (oral, visual, digital) según las necesidades del alumnado.

5. Coordinación con el equipo docente y orientación:

- Revisión periódica de las medidas aplicadas en coordinación con el equipo educativo y el departamento de orientación, en caso de ser necesario.

11. CONCRECCIÓN DE PLANES, PROGRAMAS O PROYECTOS.

Programa Erasmus +: la formación del módulo se refuerza a través del programa Erasmus+ que permite a los alumnos del ciclo la realización de prácticas en empresas en países europeos.

Dentro del Plan digital del centro se priorizará el uso sistemático de herramientas digitales como instrumento de trabajo diario promoviendo la competencia digital del alumnado.

Se promueve la participación del alumnado en la modalidad FP Dual, que permite la cualificación profesional del alumnado, combinando los procesos de enseñanza y aprendizaje en la empresa y en el centro de formación.

Proyecto piloto C+D de Gestión Comercial Inmobiliaria

12. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES.

Durante el curso se prevé la organización de varias actividades complementarias y extraescolares propias del módulo y otras conjuntas de ciclo como pueden ser:

- Visitas (guiadas o libres) a empresas del sector del marketing digital, comercio electrónico u otras de interés para el ciclo.
- Participación o visita a ferias y eventos comerciales, por ejemplo, el Santander Social Weekend.
- Asistencia, fuera del centro o en el aula, a charlas, ponencias, conferencias, jornadas de formación o talleres sobre temas de interés.

13. CRITERIOS Y PROCEDIMIENTOS PARA LA EVALUACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN Y DE LA PRÁCTICA DOCENTE.

La programación no es un documento estático, sino que debe ser **flexible** y adaptarse a los cambios detectados. Por ello, deberá evaluarse con el objetivo de **corregir las desviaciones** que se hubiesen producido durante el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Con este fin, se seguirá un procedimiento para evaluar la programación y la práctica docente, en especial en los siguientes aspectos:

- La adecuación de los objetivos a las características del grupo y consecución de los objetivos programados.
- La utilidad de los materiales y recursos seleccionados.
- La idoneidad de los procedimientos de evaluación utilizados.
- La adecuación de los criterios de calificación empleados.
- Idoneidad de la temporalización y secuenciación de los contenidos, así como de la metodología empleada.

Instrumentos

Para llevar a cabo esta evaluación se emplearán los siguientes instrumentos:

Análisis de los resultados de evaluación, así como observaciones y criterio del profesor/a.

- Grado de adquisición de los resultados de aprendizaje por parte del alumnado.
- Porcentaje de alumnos/as que supera positivamente el módulo.
- Grado de conocimientos alcanzado cuantificado por las notas obtenidas.
- Evolución del alumnado con respecto a la evaluación anterior.

Cuestionario de autoevaluación por parte del alumnado, que recoja aspectos como:

- El papel desempeñado por el profesor/a.
- Idoneidad de los recursos y materiales proporcionados.
- Idoneidad de las actividades propuestas.

Cuestionario de autoevaluación por parte del profesor/a con los siguientes indicadores:

- Desarrollo de la totalidad de los contenidos.
- Adecuación de la temporalización y secuenciación de los contenidos.
- Idoneidad de la metodología empleada para la consecución de los resultados de aprendizaje.
- Idoneidad de los materiales y recursos utilizados.

A la vista de los resultados, llegado el caso, se pueden realizar cambios en la programación durante el curso. Dichas modificaciones deben ser aprobadas, comunicadas al alumnado y se reflejarán en la memoria final del curso.

14. PLANIFICACIÓN DEL USO DE ESPACIOS Y EQUIPAMIENTOS.

Las condiciones mínimas que deben cumplir los espacios y equipamientos vienen determinadas en la 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.

Aula polivalente de 60m² (de 20 a 30 estudiantes) con el siguiente equipamiento:

- PCs instalados en red, con conexión a Internet para el alumnado y el profesorado.
- Mobiliario de aula.
- Escáner, impresora, cañón de proyección, pantalla de proyección, reproductor audiovisual, pizarra electrónica.
- Dispositivos de almacenamiento de datos.
- Licencias de sistema operativo y licencia de uso de aplicaciones informáticas generales:
 - Procesador de textos, hoja de cálculo, base de datos.
 - Presentaciones, correo electrónico, retoque fotográfico.
 - Cortafuegos, antivirus, compresores, edición de páginas web (Woocommerce, Wordpress).

- Software básico de informática y específico del ciclo.

15. CONCRECCIÓN DEL DESARROLLO DE DESDOBLES, AGRUPACIONES FLEXIBLES Y/O APOYOS DOCENTES.

No se contemplan.

16. PROYECTO PILOTO C+D GESTIÓN COMERCIAL INMOBILIARIA.

El grupo participará en el proyecto piloto C+D de Gestión Comercial Inmobiliaria. A través del mismo, el alumnado interesado y que resulte seleccionado obtendrá, junto con el ciclo formativo de Gestión de Ventas y Espacios Comerciales, el certificado de profesionalidad de Gestión Comercial Inmobiliaria.

Dentro del proyecto, en este módulo profesional se incluirán las capacidades de la unidad formativa de Venta On Line.

Las capacidades que se incluirán en el módulo profesional son las siguientes:

C1: Definir las variables y utilidades disponibles en Internet -páginas web, servidores y software a nivel usuario– para la comercialización «on line» de distintos tipos de productos y servicios.

C2: Adoptar criterios comerciales en el diseño de páginas para la comercialización aplicando técnicas de venta adecuadas.

C3: Aplicar procedimientos de seguimiento y atención al cliente siguiendo criterios y procedimientos establecidos en las situaciones comerciales «on line».