

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. RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN.....	3
2. ASPECTOS CURRICULARES MÍNIMOS PARA SUPERAR EL MÓDULO.....	6
3. RESULTADOS DE APRENDIZAJE DUALIZADOS	7
4. DISTRIBUCIÓN TEMPORAL.....	8
5. ENFOQUES DIDÁCTICOS Y METODOLÓGICOS.	9
6. PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN.	10
6.1. ACTIVIDADES E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN.....	10
6.2. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN.....	11
6.3. PROCEDIMIENTO PARA LA RECUPERACIÓN	12
6.4. PRÁCTICAS FRAUDULENTAS.	13
7. MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS	13

1. 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.

2. 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

3. 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.

4. 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.

5. 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.

6. PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN.

6.1. 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.

6.2. 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

6.3. 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.

6.4. 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.

7. 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.