

		RESULTADOS DE APRENDIZAJE	CONTENIDOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
1 E V A L U A C I Ó N				
	UD 1. ¿Qué es un plan de marketing digital?	RA 1	<ol style="list-style-type: none"> 1. Marketing Digital: <ul style="list-style-type: none"> ○ Características. ○ Pasos. ○ Herramientas. Desafíos. ○ Logística. 1. Las relaciones con los clientes: <ul style="list-style-type: none"> ○ Características de un consumidor on-line. ○ La desconfianza entre comprador y vendedor. ○ Programas de fidelización. ○ Herramientas. <ul style="list-style-type: none"> ■ VRM: usuario anónimo. ■ CRM: usuario registrado. ○ Confianza en los medios de pago y seguridad: <ul style="list-style-type: none"> ■ Medios de pago más utilizados. ■ Seguridad. ■ Sellos de confianza. ■ Precauciones en el momento de realizar una compra on-line. ■ Fraudes en Internet. ■ Obligaciones de los comercios on-line. ■ Obligaciones en materia de protección de datos. 	a,b,c,d,e,f,g

	<p>UD 2. ¿Cómo se aplica las herramientas del marketing digital?</p>	<p>RA 1</p>	<p>Marketing en buscadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● SEO: optimización para motores de búsqueda. ● SEM: marketing en buscadores. ● Campañas en páginas de buscadores afines. <p>1. Marketing de Afiliación y Cross Marketing:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Marketing de Afiliación. ● Cross Marketing. <p>1. Marketing Relacional y la gestión de la relación con los clientes (CRM):</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Fidelización. ● Tipos de CRM. <p>1. Marketing Viral y Marketing One To One:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Marketing Viral. ● Marketing One To One. <p>1. Comunidades virtuales y on-line networking:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Comunidad virtual. ● On-line networking. <p>1. RSS (sindicación de contenidos) y licencias Creative Commons:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● RSS (sindicación de contenidos). ● Licencias Creative Commons. <p>1. Aplicaciones de marketing móvil y TDT:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Marketing móvil. ● Aplicaciones TDT. <p>1. Internet TV, videoblogs y web TV:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Internet TV. ● Videoblogs. ● Web TV. <p>1. Sistemas de publicidad poco aconsejables:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● El spam y la publicidad no deseada. ● La ley contra el spam. 	<p>a,b,c,d,e,f,g</p>
	<p>UD 3. ¿Cómo se diseña una tienda virtual?</p>	<p>RA 2, RA 3</p>	<p>1. Tienda virtual:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Características y funciones de las tiendas electrónicas. ● La idea del negocio. ● Catálogo de productos. 	<p>a,b,c,d,e,f,g,h</p>

	<p>UD 4. ¿Cómo se hace el mantenimiento de una página web?</p>	<p>RA 2, RA 3</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Escaparate web. ● Carrito de compras. ● Control logístico de las mercancías vendidas on-line. <p>1. Periodo de reflexión y cancelación: la reclamación.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Atención al cliente: servicio postventa. ● La reclamación. <p>1. Modelos de negocio electrónico.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● E-shop. ● E-mailing. ● E-procurement. ● E-marketplace. ● E-auction. <p>1. Tipos de comercio electrónico.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Empresa-empresa (B2B). ● Empresas-clientes (B2C). ● Otros: ● Empresa-instituciones gubernamentales (B2G). ● Ciudadano-instituciones gubernamentales (C2G). ● Empresa-Administración Pública (B2A). ● Ciudadano-Administración Pública (C2A). ● Consumidor-empresa (C2B). ● Consumidor-consumidor (C2C). ● Empresa-empleados (B2E). <p>1. Selección y registro de dominio:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Presencia exclusiva. ● Presencia compartida. ● Páginas web gratuitas. <p>El contenido de esta cuarta unidad didáctica es</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Estructurar una página web: <ol style="list-style-type: none"> 1. Tipos de estructuras. 2. Clasificación de las páginas web. 2. Lenguaje HTML: <ol style="list-style-type: none"> 1. Historia. 2. Evolución. 	<p>a,b,c,d,e,f,g,h</p>
--	--	-------------------	--	------------------------

			<ol style="list-style-type: none"> 3. Crear una página web. 4. Notepad++ 3. Creación de páginas web. 4. Elección del servidor para alojar páginas web: <ol style="list-style-type: none"> 1. Características de los servidores. 2. Tipos de alojamiento web. 5. Publicación de páginas web vía FTP. <ol style="list-style-type: none"> 1. Filezilla. 	
2 E V A L U A C I Ó N	UD 5. ¿Cómo se hace el mantenimiento de una página web?	RA 2, RA 3	<ol style="list-style-type: none"> 1. Catálogo on-line. <ul style="list-style-type: none"> ● Ficha del producto. ● Estructuración. ● Características de un catálogo on-line. 1. Zona caliente. 2. Zona de usuario. 3. Ofertas y promociones. 4. El carrito de la compra on-line. 5. Programas de diseño gráfico y otras utilidades: <ul style="list-style-type: none"> ● GIMP. ● Amaya. ● KompoZer. 1. Posicionamiento en redes sociales. <ul style="list-style-type: none"> ● Cómo utilizar las redes sociales. ● Promocionar la web. ● Principales redes sociales. 1. Gestor de banners y publicidad. <ul style="list-style-type: none"> ● ¿Cómo se crea un banner? 	a,b,c,d,e,f,g,h

	<p>UD 6. ¿Cómo se establecen relaciones con otros usuarios de la red?</p>	RA 4	<ul style="list-style-type: none"> ● Características de la publicidad en Internet. 1. Newsletter. ● Servicios gratuitos para gestionar newsletters. Seguridad en Internet. ● Riesgos en los sistemas informáticos. <ol style="list-style-type: none"> 1. La comunicación on-line: 2. Servicios de mensajería instantánea. <ul style="list-style-type: none"> ● Aplicaciones de telefonía móvil. ● Telefonía por Internet. ● Los foros. Leer y escribir en un foro. <ol style="list-style-type: none"> 1. Los grupos de discusión. 2. Weblogs, blogs o bitácoras. 	a,b,c,d,e,f,g,h, i
	<p>UD 7. ¿Qué son las redes sociales?</p>	RA 4	<ol style="list-style-type: none"> 1. Redes sociales. <ul style="list-style-type: none"> ● Redes sociales para empresas. ● Clasificación de las redes sociales. ● Plataformas de redes sociales. 1. Añadir elementos en una red social. <ul style="list-style-type: none"> ● Mensajes en el muro. ● Compartir mensajes. ● Responder y borrar mensajes del muro. ● Crear perfiles. ● Utilizar elementos fotográficos y audiovisuales. 1. Añadir aplicaciones profesionales. <ul style="list-style-type: none"> ● Organizar eventos. ● Realizar encuestas. 1. Cómo buscar un grupo interesante. <ul style="list-style-type: none"> ● LinkedIn. 	a,b,c,d,e,f,g,h, i

		<p>UD 8. Cómo utilizar los entornos Web 2.0 e integrar en ellos a los consumidores</p>	<p>RA 5</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Cómo unirse a un grupo de Facebook. 1. Crear una red de contactos influyentes. ● Gestionar equipos de trabajo. 1. Comprar y vender en las redes sociales. ● Botón Comprar. <ol style="list-style-type: none"> 1. Web 2.0: características, objetivos y herramientas. <ul style="list-style-type: none"> ● Características de la Web 2.0. ● Objetivos que hay que alcanzar. ● Herramientas del marketing on-line utilizadas en la web 2.0. 1. Reputación corporativa on-line. <ul style="list-style-type: none"> ● Google. 1. Funcionalidades: opiniones y foros de usuarios. 2. Fundamentos de los blogs y microblogs. <ul style="list-style-type: none"> ● Microblogs. 1. Redes sociales que integran a los consumidores como prescriptores. 2. Los consumidores como participantes activos (prosumidores). <ul style="list-style-type: none"> ● Opiniones de otros usuarios. ● Early adopters. 1. Webs integradas. <ul style="list-style-type: none"> ● Comparadores de precios. ● Webs de subastas. 	<p>a,b,c,d,e,f,g</p>

3 E V A L U A C I Ó N				

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN	PROCEDIMIENTOS DE RECUPERACIÓN
<p>Para obtener las calificaciones tanto de las evaluaciones parciales como de la final, nos regiremos por lo establecido en el artículo 3, punto 3 de la orden de ORDEN de 29 de septiembre de 2010, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía.</p> <p>“Al término del proceso de enseñanza-aprendizaje, el alumnado obtendrá una calificación final para cada uno de los módulos profesionales en que esté matriculado. Para establecer dicha calificación los miembros del equipo docente considerarán el grado y nivel de adquisición de los resultados de aprendizaje establecidos para cada</p>	<p>Se proponen las siguientes medidas para la recuperación del alumnado con dificultades para obtener los resultados propuestos:</p> <p>El alumno/a que no haya alcanzado al menos un cinco sobre diez en la calificación de cada resultado de aprendizaje llevará a cabo una recuperación de los mismos que consistirá en la repetición de una prueba similar, como en la realización de trabajos y actividades que refuercen los contenidos objeto de nueva evaluación que no hayan sido aún superados. Este aspecto será determinado por el/la docente en función de cada situación comunicándose al alumno con la mayor brevedad posible una vez quede determinado el modo de recuperación.</p>

módulo profesional, de acuerdo con sus correspondientes criterios de evaluación y los objetivos generales relacionados, así como de la competencia general y las competencias profesionales, personales y sociales del título, establecidas en el perfil profesional del mismo **y sus posibilidades de inserción en el sector profesional y de progreso en los estudios posteriores a los que pueda acceder.**”

Para ello, procedemos ponderando cada criterio de evaluación en función de su mayor o menor contribución a alcanzar el resultado de aprendizaje de forma que, para cada parcial, el total de ponderaciones sume el máximo a calificar, esto es el 100%. Calcularemos la calificación multiplicando la nota obtenida a través de cada uno de los **instrumentos de evaluación** que hayamos utilizado en cada unidad didáctica por la ponderación que le otorguemos a cada uno de los **criterios de evaluación** con el que esté asociado.

La **calificación** del módulo se obtendrá multiplicando la calificación de cada resultado de aprendizaje por su ponderación correspondiente.

Para la calificación de pruebas y actividades se tendrán en cuenta las siguientes consideraciones:

Insuficiente (1, 2, 3, 4): Cuestiones no realizadas. Incomprensión de conceptos básicos. Estrategias erróneas.

Suficiente (5): Contenido correcto pero superficial. Estrategias y planteamientos incompletos.

Bien (6): Profundización parcial en el tema. Plan parcialmente correcto.

Notable (7 y 8): Demostración de conocimiento. Planteamiento correcto. Error de transcripción, error de cálculo, respuesta parcial sin concluir el problema.

Sobresaliente (9 y 10): Respuestas correctas, profundas, claras y específicas. Comprensión total del problema. El plan conduce a la solución.

Se considerarán aptos los alumnos con calificaciones iguales o superiores acinco puntos.

INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

Para evaluar el grado de consecución de los resultados de aprendizaje del alumnado tendremos que basarnos en los diferentes instrumentos de evaluación, que son técnicas, recursos o procedimientos que se utilizarán para obtener información acerca de todos los factores que intervienen en el proceso formativo con la finalidad de poder llevar a cabo en cada momento la evaluación correspondiente.

El alumnado será informado de los criterios de evaluación, así como de los requisitos mínimos exigibles para obtener una calificación positiva.

Básicamente usamos cinco. A criterio del profesor se llevará a cabo la observación, el análisis de las exposiciones y el comportamiento.

- **Observación:** comportamientos, valores, actitudes, nivel de integración.
- **Análisis de las realizaciones del alumnado:** ejercicios, trabajos individuales, trabajos en equipo. Durante el curso, el alumno realizará varios proyectos en grupo a la vez que irá llevando a cabo actividades individuales durante las unidades y al finalizar cada una de ellas.
- **Análisis de las exposiciones:** Los trabajos

<p>realizados conllevan una puesta en común con el resto de compañeros cuando así la materia lo permita.</p>	
<ul style="list-style-type: none">• Pruebas específicas escritas, orales, en grupo. Cada Bloque de contenidos irá asociado a una prueba en la que el alumno resolverá cuestiones teóricas y prácticas.	
<ul style="list-style-type: none">• Comportamiento: forma parte de las competencias sociales, personales y profesionales por lo que el contenido estará vinculado al análisis de asistencia y puntualidad, trato con el resto de compañeros, participación en las actividades grupales... Se valorará la posibilidad de crear cuestionarios de desempeño en trabajos grupales.	