

 Junta de Castilla y León Consejería de Educación	IES CLAUDIO MOYANO		
	PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA DE MÓDULO: MARKETING DIGITAL		
	Página 1 de 23		

IDENTIFICACIÓN DEL MÓDULO

Profesor	Curso	Año
Mercedes Guervós Mariño Raquel Abril Prieto (Desdoble Bilingüe)	1º	2025/2026
Duración	Equivalencia en créditos ECTS	Código
204 horas (6 horas/semana)	12	0931

UNIDAD DE COMPETENCIA (Estándar de competencia):

a) Gestión de marketing y comunicación COM652_3 (Real Decreto 1550/2011, de 31 de octubre):

UC2185_3: Asistir en la definición y seguimiento de las políticas y plan de marketing.

UC2186_3: Gestionar el lanzamiento e implantación de productos y servicios en el mercado.

UC2187_3: Organizar y gestionar eventos de marketing y comunicación, siguiendo el protocolo y criterios establecidos.

UC2188_3: Asistir en la organización y seguimiento del plan de medios y soportes establecido.

UC2189_3: Elaborar y difundir en diferentes soportes, materiales, sencillos y auto editables, publipromocionales e informativos.

OBJETIVO BASE:

Proporcionar a los estudiantes los conocimientos y habilidades necesarias para gestionar, planificar y ejecutar estrategias de marketing en entornos digitales, utilizando las herramientas y plataformas más actuales.

LEGISLACIÓN GENERAL:

Ley Orgánica 3/2022, de 31 de marzo, de ordenación e integración de la formación Profesional.

Real Decreto 659/2023, de 18 de julio, por el que se desarrolla la ordenación del Sistema de Formación Profesional.

DECRETO 25/2024, de 21 de noviembre, por el que se establece el currículo de los ciclos formativos de grado medio, correspondiente a la oferta de grado D y nivel 2 del Sistema de Formación Profesional, conducentes a la obtención del título de Técnico, en la Comunidad de Castilla y León.

DECRETO 24/2024, de 21 de noviembre, por el que se establece el currículo de los ciclos formativos de grado superior, correspondiente a la oferta de grado D y nivel 3 del Sistema de Formación Profesional, conducentes a la obtención del título de Técnico Superior, en la Comunidad de Castilla y León.

ORDEN EDU/1285/2024, de 26 de noviembre, por la que se establece el currículo de los ciclos formativos de grado básico, correspondiente a la oferta de grado D y nivel 1, del sistema de formación profesional, conducente a la obtención de los títulos de Técnico Básico y Graduado en Educación Secundaria Obligatoria, en la Comunidad de Castilla y León

-Proyecto de decreto por el que se establece el currículo de los cursos de especialización de grado medio y de grado superior, correspondiente a la oferta de grado e, niveles 2 y 3 del sistema de formación profesional, conducentes a la obtención de los títulos de especialista y de máster de formación profesional, en la comunidad de castilla y león.

- Proyecto de Orden, por la que se desarrolla la formación en empresa u organismo equiparado para las ofertas de formación profesional de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad de Castilla y León.

	IES CLAUDIO MOYANO	
	PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA DE MÓDULO: MARKETING DIGITAL	
	Página 2 de 23	

-ORDEN EDU/1575/2024, de 23 de diciembre, por la que se regula el proceso de evaluación del alumnado que curse enseñanzas de grados D y E del sistema de formación profesional en la Comunidad de Castilla y León.

LEGISLACIÓN ESPECÍFICA:		
REAL DECRETO POR EL QUE SE ESTABLECE EL TÍTULO	MODIFICACIÓN DEL DECRETO POR EL QUE SE ESTABLECE EL TÍTULO:	ORDEN AUTONÓMICA POR LA QUE SE CONCRETAN ASPECTOS ESPECÍFICOS DEL CURRÍCULO:
- RD 1571/2011, de 4 de noviembre, por el que se establece el Título de Técnico Superior en Marketing y Publicidad y se fijan sus enseñanzas mínimas. - Orden ECD/329/2012, de 15 de febrero, por la que se establece el currículo del ciclo formativo de Grado Superior correspondiente al título de Técnico Superior en Marketing y Publicidad. - Decreto 83_2015, de 30 de diciembre, por el que se establece el currículo correspondiente al Título de Técnico Superior en Marketing y Publicidad en la Comunidad de Castilla y León. - Resolución de 13 de junio de 2023, de la Dirección General de Formación Profesional y Régimen Especial, por la que se desarrollan, con carácter experimental, proyectos bilingües de formación profesional en centros docentes públicos de la Comunidad de Castilla y León, para el curso 2023/2024.	- Real Decreto 500/2024, de 21 de mayo, por el que se modifican determinados reales decretos por los que se establecen títulos de Formación Profesional de grado superior y se fijan sus enseñanzas mínimas. (art.6 Enseñanza bilingüe)	- ORDEN EDU/1347/2024, de 26 de noviembre, por la que se concretan los aspectos específicos del currículo del Ciclo Formativo de Grado Superior en Marketing y Publicidad en la Comunidad de Castilla y León.

COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES (COMPETENCIAS PROFESIONALES Y PARA LA EMPLEABILIDAD) RELACIONADAS CON EL MÓDULO 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. d) Obtener, analizar y organizar información fiable de los mercados, aplicando técnicas estadísticas y establecer un sistema de información eficaz (SIM), que sirva de apoyo en la definición de estrategias comerciales y en la toma de decisiones de marketing. h) Elaborar el plan de medios publicitarios de la empresa, combinándolos adecuadamente, y realizar su seguimiento y control para lograr su ejecución y eficacia.

- i) Gestionar el lanzamiento e implantación de productos y/o servicios en el mercado, aplicando las estrategias de marketing y las acciones promocionales adecuadas, de acuerdo con lo establecido en el plan de marketing de la empresa u organización.
- j) Elaborar materiales publipromocionales e informativos, respetando la normativa vigente en materia de publicidad y utilizando técnicas y aplicaciones informáticas de edición y diseño en diversos soportes, para difundirlos según los planes programados.
- 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.

OBJETIVOS GENERALES DEL CICLO FORMATIVO RELACIONADOS CON EL MÓDULO PROFESIONAL

- 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.
- d) Diseñar planes de investigación comercial, determinando las necesidades de información, recogiendo los datos secundarios y primarios necesarios para obtener y organizar información fiable de los mercados.
- l) Realizar propuestas de combinación de medios y soportes publicitarios, respetando la normativa vigente en materia de publicidad y redactando informes de control de emisión y cursaje, para elaborar el plan de medios publicitarios.

- n) Aplicar técnicas de comunicación publicitaria persuasivas y de atracción del cliente, seleccionando contenidos, textos e imágenes y utilizando el estilo propio de la comunicación comercial e informativa de la empresa para elaborar materiales publipromocionales e informativos.
- 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.
- 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.
- 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.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

RA	CE
RA1: Administra los accesos y conexiones a redes públicas, semipúblicas y privadas, utilizando navegadores y buscadores de información especializados en la red pública Internet.	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: Gestiona diversos servicios y protocolos de Internet, manejando programas de correo electrónico y de transferencia de archivos, entre otros.	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. g) Se han realizado descargas de vídeos, música y videojuegos, entre otros.
RA3: Realiza la facturación electrónica y otras tareas administrativas de forma telemática, utilizando en cada caso software específico.	a) Se han identificado los formatos electrónicos de factura de mayor o menor complejidad (EDIFACT, XML, PDF, html, doc, xls, gif, jpeg o txt, entre otros). b) Se ha establecido la transmisión telemática entre ordenadores. c) Se ha garantizado la integridad y autenticidad de las transmisiones telemáticas a través de una firma electrónica reconocida. d) Se han utilizado aplicaciones específicas de emisión de facturas electrónicas. e) Se han 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: 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.	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. 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.
RA5: Construye páginas web atractivas para los usuarios de Internet, utilizando criterios de posicionamiento, fácil manejo y persuasión.	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. g) Se han incluido en la web enlaces de interés capaces de generar tráfico orientado e interesado en lo que se ofrece.
RA6: Diseña el plan de marketing digital en el mercado online, definiendo soluciones estratégicas mediante la implementación de acciones específicas de desarrollo de la marca comercial.	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 online. 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. f) Se han realizado las tareas necesarias para gestionar y fidelizar a los clientes a través de la red. 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.
RA7: Define la política de comercio electrónico de la empresa, estableciendo las acciones necesarias para efectuar ventas on-line.	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. 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.

CONTENIDOS BÁSICOS extraídos del RD que regula el título (Se incluyen los contenidos que se desarrollarán a través de las unidades de trabajo):

Administración de los accesos y conexiones a redes:

- Introducción. Qué es Internet y su origen.
- Cómo funciona: servidores y clientes, el protocolo TCP/IP, la World Wide Web, los dominios de la red.
- Modos de conectarse a Internet.
- Configuración del acceso.
- Las intranets y las extranets.
- Qué es un navegador y cómo funciona: navegadores más utilizados.
- Búsqueda de información en la red.
- Los buscadores: motores de búsqueda e índices, buscadores temáticos, multibuscadores y metabuscadores.
- Conceptos básicos de búsqueda con operadores, sintaxis especiales de búsqueda, la opción de búsqueda avanzada, inclusión en servicios adicionales y herramientas específicas.

Gestión de diversos servicios y protocolos de Internet:

- Correo electrónico: qué es y cómo funciona.
- El correo web: crear una cuenta, realizar las funciones básicas de leer, responder y enviar.
- Correo no deseado.
- Correo POP3: qué es y cómo utilizarlo.
- Gestionar las operaciones de envío, recepción y mantenimiento de correo POP3.
- Transferencia de archivos: qué es y cómo utilizarla.
- Servidores FTP. Aplicaciones FTP.
- Redes P2P (peer to peer): aplicaciones.
- Descargas: musicales, de vídeos y software.
- Freeware y shareware.
- Conexiones telefónicas de voz.

Realización de la facturación electrónica y otras tareas administrativas de forma telemática: - Factura electrónica: aspectos generales, condiciones para su utilización y normativa legal.

- Seguridad: firma electrónica reconocida.
- Programas de facturación electrónica.
- Relación con otras empresas y organismos públicos: banca electrónica, trámites con la Seguridad Social y relaciones tributarias con Hacienda entre otros. - Programas de visualización e impresión de archivos PDF.
- Programas reproductores, organizadores y sincronizadores de música, vídeos, películas, programas de televisión y audiolibros, entre otras aplicaciones. - Seguridad en Internet: spam, virus informáticos, spyware y phishing.
- Los programas antivirus, cortafuegos y antiespías.

Determinación de la estrategia que se ha de seguir en las interrelaciones con otros usuarios de la red:

- Los grupos de conversación o chat: programas IRC y programas webchat.
- Servicio de mensajería instantánea.
- Telefonía por Internet.
- Videoconferencia.
- 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.
- Blog externos y RSS.
- Cómo buscar un grupo interesante.
- Crear una red de contactos influyentes.
- Comprar y vender en redes sociales.

Construcción de páginas web:

- Estructura de una página web.
- 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.

Diseño del plan de marketing digital:

- Desarrollo del plan de marketing digital.
- El comportamiento del cliente online.
- Promoción online y offline de la web.
- Herramientas de posicionamiento en buscadores: e-mail marketing, SEM, SEO y campañas en páginas afines.
- Políticas de captación: proceso de creación de una marca.
- Análisis de estadísticas y medición de resultados.
- Marketing de afiliación.
- Marketing relacional y gestión de la relación con los clientes (CRM).
- Cross marketing.
- Marketing viral.
- Marketing one-to-one.
- Aplicaciones del mobile marketing y TDT, entre otros.

Definición de la política de comercio electrónico de una empresa:

- Idea y diseño de una tienda virtual.
- Modelos de negocio digital: portales horizontales, B2B y B2C, entre otros.
- Selección y registro de dominio.
- Escaparate web. Catálogo electrónico.
- Control logístico de las mercancías vendidas online.
- La reclamación como instrumento de fidelización del cliente.
- La importancia financiera de la reclamación.

- Medios de pago electrónicos.
- Períodos de reflexión y cancelaciones.
- Criptografía: clave simétrica, clave asimétrica y cifrado de clave única.
- Firma.
- Certificados digitales.
- Encriptación.
- Negocios electrónicos: e-shop, e-mail, e-procurement, e-marketplace y e-auction, entre otros.

UNIDADES DE TRABAJO

Temporalización y secuenciación

TRIM.	UNIDADES	HORAS	COMIENZO	FIN
1	UT1: Internet: acceso a la red y búsquedas	14	16/09/2025	30/09/2025
	UT2: Servicios, protocolos de internet y aplicaciones	14	01/10/2025	15/10/2025
	UT3: Factura electrónica y otras tareas administrativas telemáticas	14	17/10/2025	04/11/2025
	UT4: Medios de comunicación online síncronos	14	05/11/2025	19/11/2025
	UT5: Medios de comunicación online asíncronos	14	21/11/2025	05/12/2025
2	UT6: Diseño del plan de marketing digital	28	09/12/2025	27/01/2026
	UT7: Desarrollo del plan de marketing digital	30	28/01/2026	04/03/2026
	UT8: Modelos de negocio electrónico	18	06/03/2026	25/03/2026
3	UT9: Páginas web: creación, edición y posicionamiento en buscadores	30	07/04/2026	13/05/2026
	UT10: Diseño y puesta en marcha de una tienda virtual	28	15/05/2026	16/06/2026

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

	UT1	UT2	UT3	UT4	UT5	UT6	UT7	UT8	UT9	UT10
RA1	x									
RA2		x								
RA3			x							
RA4				x	x					
RA5									x	x
RA6						x	x			
RA7								x		x

METODOLOGÍA

La metodología aplicada buscará la consecución del objetivo primordial de la formación profesional: el saber hacer. Se logrará integrando aspectos científicos, técnicos y organizativos, con el fin de que el alumnado adquiera una visión global de los procesos productivos propios de la actividad profesional correspondiente. Para ello se empleará una metodología:

- Participativa, en la que el alumno sea el que marque la pauta de desarrollo de cada uno de los temas, a partir de sus propias iniciativas, interrogantes, dudas, etc. relacionados con el tema.
- Personalizada, en la medida que sea posible se atenderán las diferentes dificultades de aprendizaje de los alumnos.

El planteamiento general de este módulo es el siguiente:

- Al comienzo del curso, la profesora presentará a los alumnos la programación general del módulo. La explicación incluirá objetivos, contenidos, reglas de comportamiento, organización de actividades y procedimientos de evaluación y calificación.
- La profesora iniciará cada una de las unidades tratando de averiguar las ideas y conocimientos previos que posee el alumnado sobre los contenidos que hay que tratar y que son necesarios para abordar la nueva unidad. Además, se hará una introducción motivadora por parte de la profesora a la unidad de trabajo, dando una visión global de los contenidos, contextualizando los mismos dentro del esquema general del módulo y poniendo de manifiesto la utilidad de los nuevos aprendizajes en el mundo profesional.
- Posteriormente habrá una exposición oral por parte de la profesora de los contenidos (conceptuales y procedimentales) del apartado a tratar hasta la total comprensión y haciendo hincapié en los contenidos mínimos más importantes. A continuación, se llevarán a cabo actividades de enseñanza aprendizaje con el fin de consolidar y profundizar los contenidos y procedimientos. Además del libro de texto, se apoyarán en el material facilitado por la profesora (apuntes, ejercicios y diapositivas), así como revistas técnicas, manuales, bibliografía de aula y consultas online en internet.
- La profesora fomentará que los alumnos expongan sus dudas y sugerencias, posibilitando así su participación y buscando su motivación. Adicionalmente, se provocará a los alumnos para que desarrollen su capacidad crítica, alentándolos para que rebatan aquellos argumentos que no consideren adecuados y debatan explicaciones o procedimientos alternativos para solventar las cuestiones que se les planteen.
- En todo momento se fomentará el respeto hacia las opiniones de los demás compañeros. En el ámbito didáctico son muy importantes actividades tales como: recopilar en bibliografía, revistas técnicas, manuales, ayuda en línea, prensa e internet, información referente a la unidad de trabajo y saber manejarla, interpretarla para adquirir conocimientos y si procede exponer conclusiones al resto de compañeros/as. Esto último fomentará el desarrollo de las capacidades de comunicación y participación.
- En lo relativo al empleo de las TIC, cabe destacar que el desarrollo de los contenidos de este módulo precisa de la aplicación habitual de estas tecnologías para la búsqueda y tratamiento de la información y cumplimentación de documentos, por lo que será necesario usar procesador de textos, hoja de cálculo y creador de presentaciones, y disponer de conexión a internet para consultar páginas de recursos relacionadas con los contenidos del módulo.
- En el caso de que las autoridades educativas o sanitarias decretasen la suspensión temporal o total de la actividad académica presencial para los alumnos que este año cursan este módulo en este centro educativo, se utilizarán medios telemáticos para cubrir las funcionalidades normalmente desarrolladas de manera presencial.
- Desde el inicio de curso, el aula contará con un grupo de Teams, creado y gestionado por el tutor para el seguimiento diario de los contenidos de la programación en el aula.

RECURSOS DIDÁCTICOS Y MATERIALES

Además del uso de las TIC, es conveniente disponer de un conjunto de materiales de referencia para la consulta y manejo por parte de la profesora y del alumnado. Entre estos materiales, además de la bibliografía que se relaciona en párrafos posteriores, cabe citar:

- Guías para la creación de empresas online
- Ordenador individual por alumno
- Programas informáticos: edición web y e-commerce
- Legislación relacionada con el módulo
- Videoprojector y pizarra
- Internet
- Apuntes realizados por el profesor

La principal bibliografía utilizada para el desarrollo de las clases será: Libro recomendado: “MARKETING DIGITAL”, Ana Calzada García, Ed. McGrawHill, Edic 2025 ISBN: 978-84-486-4685-1. Otra bibliografía: “MARKETING DIGITAL”, Fernando Paniagua Martín y Adolf Rodés Bach. Ed. Paraninfo, Edic 2022.

TIC

Necesidad de utilización de aula con equipos informáticos, software, smart board, etc.

Utilización de plataformas educativas: Teams, Aula Virtual, etc,

Además, dado el carácter tecnológico del módulo, se entiende necesario el uso de un ordenador personal.

PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

La evaluación será continua, se adaptará a las diferentes metodologías de aprendizajes, y deberá basarse en la comprobación de los resultados de aprendizaje en las condiciones de calidad establecidas por el currículo. (ORDEN EDU/1575/2024, de 23 de diciembre, por la que se regula el proceso de evaluación del alumnado que curse enseñanzas de grados D y E del sistema de formación profesional en la Comunidad de Castilla y León).

Las sesiones de evaluación serán 4: 2 sesiones parciales (primer y segundo trimestre) y 2 sesiones finales.

Para llevar a cabo el proceso de evaluación se combinarán distintos instrumentos de evaluación como son actividades y pruebas tanto teóricas como prácticas. Dichas pruebas prácticas serán de entrega obligatoria en el caso expreso de que el tutor lo requiera, especialmente el hecho de entregar las tareas de Teams en fecha.

Se considerará que el alumno ha superado el módulo si obtiene una calificación igual o superior a 5 en **TODOS** los resultados de aprendizaje que forman parte del mismo, en cuyo caso, se calculará la calificación siguiendo el porcentaje asignado a cada uno de los resultados de aprendizaje. Todo ello, al objeto de garantizar la verificación de la adquisición de los resultados de aprendizaje de la oferta formativa establecida en el artículo 18 del Real Decreto 659/2023, de 18 de julio.

En el caso de que no se obtenga una calificación igual o superior a 5 en cada resultado de aprendizaje, la calificación máxima del módulo profesional será de 4 puntos.

Instrumentos de evaluación y forma de calificación:

- Las pruebas escritas serán tipo test y preguntas cortas a desarrollar o tipo test y ejercicios prácticos, dependiendo de la unidad de trabajo que estemos evaluando. La puntuación máxima será de 10 puntos, considerando 5 aprobado.
- Se realizarán tareas en el aula relacionadas con cada unidad de trabajo. El profesor observará y calificará esas tareas. En algunos casos, la entrega es obligatoria para obtener el aprobado de la evaluación correspondiente.
- Se realizarán tareas a través de la plataforma formativa del centro.

Evaluaciones parciales (1ª, 2ª y 3ª evaluación)

Se tendrán en cuenta las unidades de trabajo vistas en cada evaluación y el porcentaje de resultados de aprendizaje vistos en ese momento, siguiendo los criterios citados anteriormente (calificación igual o superior a 5 en los resultados de aprendizaje).

Evaluaciones finales

- Para la primera evaluación final se tendrán en cuenta todas las unidades de trabajo y resultados de aprendizaje.
- Para la segunda evaluación final se evaluarán los resultados de aprendizaje no superados en la anterior evaluación final y para la superación del módulo profesional se tendrán en cuenta tanto los resultados de aprendizaje superados con anterioridad como el resultado obtenido en los resultados de aprendizaje que estaban pendientes de superación.

Imposibilidad de aplicar la evaluación continua

La imposibilidad de aplicar la evaluación continua se aplicará cuando las faltas de asistencia supongan más de un 15% de la carga horaria del módulo profesional. Este hecho será comunicado por el profesor según establece el procedimiento reflejado en el RRI.

EVALUACIÓN PARCIAL TRIMESTRAL: 1er TRIMESTRE

Esta evaluación trimestral servirá para valorar el progreso del alumnado y adoptar decisiones sobre su proceso de aprendizaje. Para la calificación trimestral se considerarán las calificaciones de obtenidas en los instrumentos de evaluación utilizados. Las calificaciones obtenidas igualmente tienen que poder demostrar la superación de los diferentes resultados de aprendizaje.

INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

PONDERACIÓN RA	UT1	UT2	UT3	UT4	UT5	NOTA	NOTA POR RA PONDERADA 1er TRIMESTRE
RA1 (20%)	Prueba escrita (70%) Prueba práctica (30%)					Nota x 70% + Nota x 30% +	NOTAx20/100
RA2 (20%)		Prueba escrita (70%) Prueba práctica (30%)				Nota x 70% + Nota x 30%	(NOTA x20/100
RA3 (20%)			Prueba escrita (70%) Prueba práctica (30%)			Nota x 70%+ Nota x 30%	(NOTAx20) /100
RA4 (40%)				Prueba escrita (35%) Prueba práctica (15%)	Prueba escrita (35%) Prueba práctica (15%)	Nota x 35%+ Nota x 35%+ Nota x 15%+ Nota x 15%	NOTA X40/100
NOTA 1er TRIMESTRE: (nota RA1 (20%) + nota RA2 (20%) + nota RA3 (20%)) +nota RA4 (40%)							
SI UN RA NO ESTÁ SUPERADO Y LA PONDERACIÓN RESULTARA UN 5 O MÁS DE 5, LA NOTA SERÍA UN 4 (ESTARÍA PENDIENTE DE RECUPERAR ESE RA).							

EVALUACIÓN PARCIAL TRIMESTRAL: 2º TRIMESTRE

Esta evaluación trimestral servirá para valorar el progreso del alumnado y adoptar decisiones sobre su proceso de aprendizaje.

Para la calificación trimestral se considerarán las calificaciones de obtenidas en los instrumentos de evaluación utilizados.
Las calificaciones obtenidas igualmente tienen que poder demostrar la superación de los diferentes resultados de aprendizaje.

INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

PONDERACIÓN RA	UT6	UT7	UT8	NOTA	NOTA POR RA PONDERADA 2º TRIMESTRE
RA6 (75%)	Prueba escrita (20%) Prueba práctica (30%)	Prueba escrita (20%) Prueba práctica (30%)		Nota x 20% + Nota x 30% + Nota x 20% + Nota x 30%	NOTA X 75/100
RA7 (25%)			Prueba escrita (40%) Prueba práctica (60%)	Nota x 40% + Nota x 60%	(NOTA x 25)/100
NOTA 2º TRIMESTRE: nota RA6 (75%) + nota RA7 (25%)					
SI UN RA NO ESTÁ SUPERADO Y LA PONDERACIÓN RESULTARA UN 5 O MÁS DE 5, LA NOTA SERÍA UN 4 (ESTARÍA PENDIENTE DE RECUPERAR ESE RA).					

EVALUACIÓN PARCIAL TRIMESTRAL: 3er TRIMESTRE

PONDERACIÓN RA	UT9	UT10	NOTA	NOTA POR RA PONDERADA 3 ^{ER} TRIMESTRE
RA5 (75%)	Prueba escrita (20%) Prueba práctica (30%)	Prueba escrita (20%) Prueba práctica (30%)	Nota x 20% + Nota x 30% + Nota x 20% + Nota x 30%	NOTA X 75/100
RA7 (25%)		Prueba escrita (60%) Prueba práctica (40%)	Nota x 40% + Nota x 60%	(NOTA x 25)/100
NOTA 3 ^{ER} TRIMESTRE: nota RA5 (75%) + nota RA7 (25%)				
NOTA FINAL DEL MÓDULO: nota RA1 (10%) + nota RA2 (10%) + nota RA3 (10%) + nota RA4 (10%) + nota RA5 (20%) + nota RA6 (20%) + nota RA7 (20%)				
SI UN RA NO ESTÁ SUPERADO Y LA PONDERACIÓN RESULTARA UN 5 O MÁS DE 5, LA NOTA SERÍA UN 4 (ESTARÍA PENDIENTE DE RECUPERAR ESE RA).				

EVALUACIÓN PRIMERA FINAL

Alumnos que NO han superado todos los RA en las evaluaciones parciales

RA	PONDERACIÓN	INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN
RA1	10%	Prueba escrita teórico-práctica (UT1)
RA2	10%	Prueba escrita teórico-práctica (UT2)
RA3	10%	Prueba escrita teórico-práctica (UT3)
RA4	10%	Prueba escrita teórico-práctica (UT4 Y UT 5)
RA5	20%	Prueba escrita teórico-práctica (UT9 Y UT10)
RA6	20%	Prueba escrita teórico-práctica (UT6 Y UT7)
RA7	20%	Prueba escrita teórico-práctica (UT 8 Y UT10)
TOTAL	100%	

EVALUACIÓN SEGUNDA FINAL

Alumnos que NO han superado todos los RA en las evaluaciones parciales

RA	PONDERACIÓN	INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN
RA1	10%	Prueba escrita teórico-práctica (UT1)
RA2	10%	Prueba escrita teórico-práctica (UT2)
RA3	10%	Prueba escrita teórico-práctica (UT3)
RA4	10%	Prueba escrita teórico-práctica (UT4 Y UT 5)
RA5	20%	Prueba escrita teórico-práctica (UT9 Y UT10)
RA6	20%	Prueba escrita teórico-práctica (UT6 Y UT7)
RA7	20%	Prueba escrita teórico-práctica (UT 8 Y UT10)
TOTAL	100%	

 Junta de Castilla y León Consejería de Educación	IES CLAUDIO MOYANO	
	PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA DE MÓDULO: MARKETING DIGITAL	
	Página 210 de 23	

EVALUACIÓN DEL ALUMNADO CON PÉRDIDA DE EVALUACIÓN CONTÍNUA

El alumno perderá la evaluación continua si supera el 15% de inasistencia injustificada a las actividades lectivas, manteniendo el derecho de presentarse a las pruebas finales que se determinen. La falta de entrega de todas las prácticas o trabajos supondrá la pérdida del derecho a la evaluación continua y poder presentarse a las pruebas parciales.

Los instrumentos de evaluación y la calificación de cada RA serán como los determinados en la primera final y la segunda final, según la evaluación que corresponda.

EVALUACIÓN: PROCEDIMIENTOS DE RECUPERACIÓN

Recuperación tras cada evaluación parcial trimestral

El profesor elaborará una prueba teórico-práctica de recuperación después de cada una de las dos primeras evaluaciones trimestrales, ambas centradas en los RA no superados por los alumnos y teniendo en cuenta la ponderación que se da a cada uno de ellos en la calificación global. Asimismo, también se puede pedir la entrega de diversos trabajos relacionados con dichos RA.

EVALUACIÓN: PROCEDIMIENTOS DE RECUPERACIÓN

EVALUACIÓN PRIMERA FINAL - EVALUACIÓN SEGUNDA FINAL

EVALUACIÓN PRIMERA FINAL: Una vez hallada la calificación final del módulo, aquellos alumnos con uno o varios RA suspensos, deberán presentarse a una prueba teórico-práctica de recuperación, teniendo en cuenta la ponderación que se da a cada uno de ellos en la calificación global. Asimismo, también se puede pedir la entrega de diversos trabajos relacionados con dichos RA, cuya entrega será obligatoria para aprobar el módulo.

Este mismo modelo se seguirá para la SEGUNDA EVALUACIÓN FINAL.

Deberán realizar estas pruebas también los alumnos que hayan perdido la evaluación continua. Si superasen la primera evaluación final, estarían exentos de presentarse a la segunda evaluación final.

Todos los alumnos tienen que tener como mínimo un 5 en cada uno de los Resultados de Aprendizaje para aprobar el módulo.

EVALUACIÓN: OTRAS CUESTIONES

ACTUACIÓN EN CASO DE COPIA EN EXÁMENES

En el caso en el que se detecte copiar a un alumno en un examen, supondrá suspenso automático, debiendo recuperarlo.

Cumpliendo con el RRI del IES CLAUDIO MOYANO:

Protocolo sobre actuaciones por copiar en controles y exámenes

Sorprender a un alumno o alumna copiando en cualquiera de las pruebas mencionadas, ya sea utilizando técnicas tradicionales como “chuletas” o cambio de páginas, o tecnológicas, como uso de auriculares u otros aparatos electrónicos, **supondrá la calificación de cero en dicho examen**. En caso de reincidencia, el alumno suspenderá la asignatura y deberá presentarse a las pruebas de recuperación correspondientes. Todo ello quedará reflejado en el acta del departamento y se informará a Jefatura de Estudios.

Si se tiene la sospecha de que algunas de las respuestas del examen pueden estar copiadas por ser demasiado literales, el profesor puede proponer al alumno una prueba oral.

Es conveniente solicitar a los alumnos que depositen los móviles o cualquier dispositivo tecnológico (relojes y calculadoras científicas), fuera de su alcance durante el examen.

ACTUACIÓN EN CASO DE PLAGIO

Si se detecta que un trabajo está plagado, constará como no presentado y el alumno en cuestión deberá volver a realizarlo.

ACTUACIÓN EN CASO DE NO PRESENTARSE A LAS PRUEBAS DE EVALUACIÓN

Las pruebas no realizadas por causas justificadas se realizarán en las fechas fijadas en los días de recuperación, para no tener que hacer “exámenes a demanda”.

MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD Y ADAPTACIONES CURRICULARES

En el caso de tener alumnado con necesidades especiales, se estudiará junto equipo de orientación del centro, y el equipo educativo, qué medidas se deberían realizar. En tal caso serían adaptaciones metodológicas, procesos y procedimientos, nunca curriculares.

	IES CLAUDIO MOYANO	
	PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA DE MÓDULO: MARKETING DIGITAL	
	Página 212 de 23	

REVISIONES EXÁMENES, ACLARACIONES Y RECLAMACIONES DE LA CALIFICACIÓN

Las revisiones de examen con el profesor se deberán formular en el pazo de **dos días hábiles** desde el conocimiento de la nota.

El procedimiento de aclaración de nota asociada a las evaluaciones trimestrales viene recogido en el **artículo 18 de la Orden Edu/1575/2024 de 23 de diciembre** en el que indica que se podrán solicitar las aclaraciones pertinentes por desacuerdo se realizarán el primer día hábil después de la comunicación de resultados.

El procedimiento de reclamación de nota final viene recogido en el artículo 19 de la Orden Edu/1575/2024 de 23 de diciembre en el que indica que se presentara ante la dirección del centro, en dos días hábiles a partir del siguiente del conocimiento de los resultados. La reclamación debe contener las alegaciones que justifiquen la conformidad.

ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES

ACTIVIDAD EXTRAESCOLAR	RA RELACIONADO
AE1: Visita a la TGSS y otras Administraciones Públicas	RA3
AE2: Congreso de Marketing Digital. STARTUP OLÉ Salamanca.	RA4 y RA5
AE3: Visita y conferencia de alguna empresa del entorno, estudio de su marketing digital y posibilidades de mejora	RA6 y RA7
AE4: SKILLS 26 EN MADRID. Congreso nacional de FP	RA1 Y RA3
AE5: Centro Logístico de AMAZON (Madrid o Toledo). Estudio de la digitalización y el Marketing Digital en centros logísticos.	RA5 y RA9

EVALUACIÓN DE LA PRÁCTICA DOCENTE

No existe una rúbrica unificada para la práctica de la evaluación docente.

PROYECTO BILINGÜE EXPERIMENTAL

Durante el curso 2025- 2026, el módulo de Marketing Digital forma parte del Proyecto bilingüe experimental de formación profesional en centros docentes públicos de la Comunidad de Castilla y León. (RESOLUCIÓN de 23 de junio de 2021, de la Dirección General de Formación Profesional, Régimen Especial y Equidad Educativa).

La finalidad del proyecto bilingüe experimental es contribuir a que el alumnado alcance, además de las competencias propias del nivel de formación profesional y del perfil profesional, las siguientes competencias lingüísticas:

- a) Interpretar información escrita y oral en el ámbito propio del sector productivo del título profesional correspondiente, en la lengua extranjera comunitaria en la que se imparte el proyecto bilingüe.
- b) Elaborar mensajes escritos y orales, interpretando y transmitiendo la información necesaria para realizar consultas técnicas, en la lengua extranjera comunitaria en la que se imparte el proyecto bilingüe.
- c) Cumplimentar e interpretar los documentos propios del sector profesional solicitando y facilitando una información de tipo general o detallada, en la lengua extranjera comunitaria en la que se imparte el proyecto bilingüe.
- d) Adquirir a lo largo del ciclo formativo la terminología propia del sector productivo del título tanto en la lengua extranjera como en la propia.

El proyecto bilingüe experimental respetará los contenidos establecidos para el módulo de Marketing Digital, sin que en ningún caso impida que se alcancen los resultados de aprendizaje vinculados a ellos.

Además, de dichos contenidos, se pondrá especial hincapié en la elaboración de un glosario de términos referentes de marketing digital por parte del alumnado en colaboración con la profesora en inglés desde el inicio de curso.

Durante el desarrollo del módulo, tanto docencia como las actividades serán en inglés, teniendo en cuenta el nivel del idioma por parte del alumnado y la heterogeneidad entre ellos. La evaluación del alumnado se realizará de acuerdo con la normativa vigente en las enseñanzas de Formación Profesional y de acuerdo con lo especificado en esta programación.