

	PROGRAMACIÓN		CURSO	2024-2025		
	Departamento		Comercio y marketing			
	Ciclo		Grado Superior en Marketing y Publicidad			
	Grupo		1COM304			
	Módulo		0931 marketing digital			
	Fecha:		20/10/2024	Versión:	COMPLETA	
					RESUMIDA	X
CÓDIGO	F-09-02	Versión 0	FECHA REVISIÓN: 01/07/2015		pág.: 1/08	

DISTRIBUCIÓN TEMPORAL

EVALUACIÓN	UNIDAD DIDÁCTICA	Nº DE HORAS	% CONTENIDOS	% CONTENIDOS ACUMULADOS
1ª EVALUACIÓN	00. Presentación y evaluación inicial.	4	1,8	1,8
	01. Plan de Marketing	32	14,4	16,2
	02. Servicios de internet	32	14,4	30,6
	TOTAL PARCIAL 1ª EVALUACIÓN	68	30,6%	
2ª EVALUACIÓN	03. Público objetivo y modelos relacionales	24	10,8	41,4
	04. Redes Sociales	31	14	55,4
	05. Posicionamiento en buscadores	25	11,3	66,7
	TOTAL PARCIAL 2ª EVALUACIÓN	80	36%	
3ª EVALUACIÓN	06. Diseño y gestión de una WEB	27	12,2	78,9
	07. Diseño de una tienda virtual	27	12,2	91,1
	08. Facturación electrónica y seguridad	20	9	100%
	TOTAL PARCIAL 3ª EVALUACIÓN	74	33,3%	
	TOTAL HORAS Y %	222	100,00%	

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Resultado de aprendizaje (RA1)			% sobre total RA			
<i>Administra los accesos y conexiones a redes públicas, semipúblicas y privadas, utilizando navegadores y buscadores de información especializados en la red pública Internet.</i>			10%			
Min	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	Porcentaje	INSTRUM. EVALUACIÓN			UD
			E	T	G	
X	a) Se han identificado los conceptos esenciales de funcionamiento y uso de la red.	1,5%	X	X	X	5
	b) Se han evaluado los distintos sistemas de conexión a la red.	1,5%	X	X	X	5
	c) Se ha configurado el acceso al sistema informático en la red.	1,5%	X	X	X	5
X	d) Se han comprobado las características propias de las intranets y las extranet.	1,5%	X	X	X	5
X	e) Se han utilizado los principales programas navegadores para moverse por la red.	2%	X	X	X	5
	f) Se han realizado búsquedas selectivas de información mediante aplicaciones específicas.	1%	X	X	X	5
	g) Se han utilizado buscadores especializados por temas y otras aplicaciones de búsqueda avanzada.	1%	X	X	X	5

Resultado de aprendizaje (RA2)				% sobre total RA		
<i>Gestiona diversos servicios y protocolos de Internet, manejando programas de correo electrónico y de transferencia de archivos, entre otros.</i>				10%		
Min	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	Porcentaje	INSTRUM. EVALUACIÓN			UD
			E	T	G	
X	a) Se han identificado los elementos que configuran el correo electrónico.	1,5%	X	X	X	2
	b) Se ha utilizado el correo electrónico directamente desde la web	1,5%	X	X	X	2
X	c) Se ha configurado el acceso al sistema informático en la red.	1,5%	X	X	X	2
	d) Se ha identificado el protocolo de red para la transferencia de archivos (FTP) desde un equipo cliente a un servidor.	1,5%	X	X	X	2
	e) Se han compartido archivos a través de una red de ordenadores entre iguales (peer-to-peer P2P).	1,5%	X	X	X	2
X	f) Se ha descargado software gratuito con y sin limitaciones de tiempo de uso.	1,5%	X	X	X	2
	g) Se han realizado descargas de vídeos, música y videojuegos, entre otros.	1%	X	X	X	2

Resultado de aprendizaje (RA3)				% sobre total RA		
<i>Realiza la facturación electrónica y otras tareas administrativas de forma telemática, utilizando en cada caso software específico.</i>				15%		
Min	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	Porcentaje	INSTRUM. EVALUACIÓN			UD
			E	J	T	

	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).	2%	X	X	X	8
	b) Se ha establecido la transmisión telemática entre ordenadores.	2%	X	X	X	8
X	c) Se ha garantizado la integridad y autenticidad de las transmisiones telemáticas a través de una firma electrónica reconocida.	2%	X	X	X	8
X	d) Se han utilizado aplicaciones específicas de emisión de facturas electrónicas.	2%	X	X	X	8
	e) Se han utilizado herramientas comunes en Internet relativas a la relación de nuestra empresa con organismos públicos y otras entidades.	2%	X	X	X	8
X	f) Se han probado diversas herramientas de tipo generalista que se utilizan en la red.	2%	X	X	X	8
	g) Se han identificado los programas perjudiciales para la seguridad e integridad de los datos almacenados en nuestros equipos informáticos.	2%	X	X	X	8
	h) Se han aplicado las barreras de seguridad necesarias para salvaguardar la información de nuestra empresa.	1%	X	X	X	8

Resultado de aprendizaje (RA4)			% sobre total RA	
<i>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.</i>			14%	
Min	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	Porcentaje	INSTRUM. EVALUACIÓN	UD

			E	T	G	
X	a) Se han utilizado programas web para mantener cibercharlas de texto.	2%	RA DUALIZADO			4
	b) Se han utilizado programas de mensajería instantánea.	2%				4
	c) Se han aplicado sistemas de comunicación oral que utilizan solo sonido o sonido e imagen.	2%				4
	d) Se han establecido contactos con otros usuarios de la red a través de foros de debate y opinión.	2%				4
X	e) Se han establecido contactos sobre temas concretos a través de blogs temáticos de contenido profesional.	2%				4
	f) Se han efectuado comunicaciones, publicidad y ventas con otros usuarios de la red a través de redes sociales.	2%				4
X	g) Se han generado contenidos audiovisuales y fotográficos de la actividad, productos y procesos comerciales	2%				4

Resultado de aprendizaje (RA5)			% sobre total RA			
<i>Construye páginas web atractivas para los usuarios de Internet, utilizando criterios de posicionamiento, fácil manejo y persuasión.</i>			16%			
Min	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	Porcentaje	INSTRUM. EVALUACIÓN			UD
			E	T	G	
	a) Se han redactado las sentencias más utilizadas en lenguaje de etiquetas de hipertexto (HTML).	1%	X	X	X	6
X	b) Se han utilizado programas comerciales que permiten crear de forma sencilla los ficheros que componen las páginas web.	2%	X	X	X	6
	c) Se ha registrado la dirección de páginas web con dominio propio o con alojamiento gratuito.	1%	X	X	X	6

	d) Se han enviado al servidor de Internet ficheros web creados mediante programas especializados en esta tarea.	2%	X	X	X	6
X	e) Se han utilizado programas específicos de inclusión de textos, imágenes y sonido.	3%	X	X	X	6
X	f) Se ha construido una web eficiente para el comercio electrónico.	5%	X	X	X	7
	g) Se han incluido en la web, enlaces de interés capaces de generar tráfico orientado e interesado en lo que se ofrece.	2%	X	X	X	7

Resultado de aprendizaje (RA6)				% sobre total RA		
<i>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.</i>				19%		
Min	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	Porcentaje	INSTRUM. EVALUACIÓN			UD
			E	T	G	
X	a) Se ha preparado un plan de marketing digital que permita alcanzar los objetivos comerciales de la empresa.	3%	X	X	X	1
	b) Se han definido los procesos de posicionamiento y marketing online.	2%	X	X	X	1
X	c) Se han establecido las pautas que hay que seguir para realizar la publicidad y promoción online.	3%	X	X	X	1
	d) Se han identificado los elementos que configuran el marketing de buscadores.	2%	X	X	X	1
	e) Se han evaluado los retos del marketing electrónico: la confianza en los medios de pago, los problemas logísticos y la seguridad.	2%	X	X	X	1

X	f) Se han realizado las tareas necesarias para gestionar y fidelizar a los clientes a través de la red.	3%	X	X	X	1
	g) Se han identificado las nuevas tendencias de comunicación y relación con el cliente en el marketing digital.	2%	X	X	X	1
	h) Se han realizado acciones de marketing efectuadas a través de dispositivos móviles.	2%	X	X	X	1

Resultado de aprendizaje (RA7)				% sobre total RA		
<i>Define la política de comercio electrónico de la empresa, estableciendo las acciones necesarias para efectuar ventas on-line.</i>				16%		
Min	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	Porcentaje	INSTRUM. EVALUACIÓN			UD
			E	T	G	
	a) Se han establecido los parámetros necesarios para crear o adaptar un negocio on-line.	3%	X	X	X	3
X	b) Se han definido acciones de captación enfocadas al comercio electrónico.	3%	X	X	X	3
X	c) Se han reconocido los modelos de negocio existentes en la red.	3%	X	X	X	3
	d) Se ha planificado la gestión de los pedidos recibidos y todo el proceso logístico.	2%	X	X	X	3
X	e) Se han identificado los aspectos jurídicos y de protección de datos en el comercio electrónico.	3%	X	X	X	3
	f) Se han establecido los medios de pago que se van a utilizar.	2%	X	X	X	3

