

	PROGRAMACIÓN			CURSO	2025-2026
	Departamento	Comercio y marketing			
	Ciclo	Marketing y publicidad			
	Grupo	1COM304			
	Módulo	(0931) MARKETING DIGITAL			
	Fecha:	01/10/2025	Versión:	COMPLETA	
				RESUMIDA	X
CÓDIGO	F-09-02	Versión 0	FECHA REVISIÓN: 01/07/2015		pág.: 1/10

Módulo: Marketing Digital

Ciclo formativo: Grado Superior en Marketing y publicidad

Curso académico: 2025/2026

Nombre del docente: Ana María Domínguez Latorre



ÍNDICE

1. RESULTADOS DE APRENDIZAJE DUALIZADO.....	3
2. CONTENIDOS DEL MÓDULO.....	3
3. TEMPORALIZACIÓN.....	4
5. LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN DEL MÓDULO.....	9
6. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN DEL MÓDULO.....	9

1. RESULTADOS DE APRENDIZAJE DUALIZADO

El resultado de aprendizaje susceptible de ser adquirido en la formación en empresa u organismo equiparado es el siguiente:

Resultado de aprendizaje 2: Gestiona diversos servicios y protocolos de Internet, manejando programas de correo electrónico y de transferencia de archivos, entre otros.
CRITERIOS DE EVALUACIÓN
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 mensaje.
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.

Este resultado será concretado para cada persona en formación, en función de la empresa o empresas donde vayan a realizar la formación.

2. CONTENIDOS DEL MÓDULO

Los contenidos impartidos en el centro por el docente, están asociados a cada resultado de aprendizaje, junto con sus criterios de evaluación.

UD1. Internet: accesos a la red y búsquedas

1. Cómo funciona internet
2. Redes informáticas
3. Acceso a internet
4. Navegadores y buscadores

UD2. Comercio electrónico y relaciones digitales seguras

1. Facturación electrónica
2. Certificado y firma electrónica
3. Relaciones digitales con organismos públicos
4. Seguridad e integridad de los datos

UD3. Estrategias para las relaciones comerciales

1. Las redes sociales

2. Herramientas de comunicación individuales y grupales
3. Portales multimedia
4. Aplicaciones para dispositivos móviles
5. Blogs, foros y servicios de distribución de contenidos

UD4. Creación de una página web

1. Comercio online: una herramienta accesible y global
2. Conceptos básicos de páginas web
3. Dominio y alojamiento web
4. Posicionamiento en buscadores SEO
5. Definición del negocio o servicio online
6. Elección del modelo para su creación virtual
7. Las 4 etapas para la creación del modelo virtual

UD5. Diseño del plan de marketing digital

1. Análisis y diagnóstico de la situación actual
2. Establecimiento de objetivos
3. Herramientas de marketing digital
4. Diseño de estrategias y medición de resultados

UD6. Estrategias aplicadas a marketing digital

1. Comportamiento de cliente online
2. Herramientas de posicionamiento y buscadores
3. Tipos de marketing digital
4. Tendencias de comunicación y relación con el cliente online
5. El papel de los *Influencers* en la estrategia de marketing digital

UD7. Definición de la política de comercio electrónico

1. Introducción al diseño de la venta virtual
2. Modelos de negocio digital
3. Dominio y aspectos jurídicos del comercio electrónico
4. Reclamación como instrumento de fidelización del cliente
5. Medios de pago electrónicos
6. Negocios electrónicos

3. TEMPORALIZACIÓN

Atendiendo a la Orden ECD/843/2024, de 25 de julio, por la que se regulan aspectos organizativos del currículo y se establecen los currículos de determinados Ciclos Formativos de Formación Profesional de Grado Superior para la Comunidad Autónoma de Aragón, la temporalización es la siguiente:

EVALUACIÓN	UNIDAD DIDÁCTICA	HORAS
1ª EV	0. Presentación y evaluación inicial.	4
	1. Accesos, conexiones y servicios de internet	30
	2.Comercio electrónico y relaciones digitales seguras	33
TOTAL 1ª EVALUACIÓN		67
2ª EV	3. Estrategias para las relaciones comerciales	20
	4. Creación de una página web	27
TOTAL 2ª EVALUACIÓN		47
3ª EV	5. Diseño del plan de marketing digital	27
	6. Estrategias aplicadas a marketing digital	25
	7. Definición de la política de comercio electrónico	25
TOTAL 3ª EVALUACIÓN		77
TOTAL		191

Duración del módulo profesional o proyecto

Duración curricular (horas)	233
Duración prevista para el curso actual (horas)	218
FEOE – Fecha de inicio prevista	2 de febrero 2026
FEOE – Fecha final prevista	3 de marzo de 2026
FEOE – N.º de horas que el alumnado está en la FEOE	27
Duración efectiva en el centro educativo (horas)	191

4. RELACIÓN DE LAS UNIDADES DIDÁCTICAS CON LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Siguiendo la Orden de 8 de mayo de 2014, de la Consejera de Educación, Universidad, Cultura y Deporte, por la que se establece el currículo del título de Técnico Superior en Marketing y Publicidad para la Comunidad Autónoma de Aragón, la relación de las unidades didácticas con los resultados de aprendizaje, criterios de evaluación y sus pesos es la siguiente:

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>		%
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	Porcentaje	UD
a) Se han identificado los conceptos esenciales de funcionamiento y uso de la red.	3%	1
b) Se han evaluado los distintos sistemas de conexión a la red.	3%	1
c) Se ha configurado el acceso al sistema informático en la red.	3%	1
d) Se han comprobado las características propias de las intranets y las extranet.	3%	1
e) Se han utilizado los principales programas navegadores para moverse por la red.	4%	1
f) Se han realizado búsquedas selectivas de información mediante aplicaciones específicas.	2%	1
g) Se han utilizado buscadores especializados por temas y otras aplicaciones de búsqueda avanzada.	2%	1
RESULTADO DE APRENDIZAJE (RA2) – *DUALIZADO*		% sobre total RA
<i>Gestiona diversos servicios y protocolos de Internet, manejando programas de correo electrónico y de transferencia de archivos, entre otros</i>		
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	Porcentaje	UD
a) Se han identificado los elementos que configuran el correo electrónico.		
b) Se ha utilizado el correo electrónico directamente desde la web		
c) Se ha configurado el acceso al sistema informático en la red.		
d) Se ha identificado el protocolo de red para la transferencia de archivos (FTP) desde un equipo cliente a un servidor.		

5. LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN DEL MÓDULO

e) Se han compartido archivos a través de una red de ordenadores entre iguales (peer-to-peer P2P).		5. LOS CRITERIOS DE
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.		
RESULTADO DE APRENDIZAJE (RA3)		
Realiza la facturación electrónica y otras tareas administrativas de forma telemática, utilizando en cada caso software específico.		15%
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	Porcentaje	UD
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%	2
b) Se ha establecido la transmisión telemática entre ordenadores.	2%	2
c) Se ha garantizado la integridad y autenticidad de las transmisiones telemáticas a través de una firma electrónica reconocida.	2%	2
d) Se han utilizado aplicaciones específicas de emisión de facturas electrónicas.	2%	2
e) Se han utilizado herramientas comunes en Internet relativas a la relación de nuestra empresa con organismos públicos y otras entidades.	2%	2
f) Se han probado diversas herramientas de tipo generalista que se utilizan en la red.	2%	2
g) Se han identificado los programas perjudiciales para la seguridad e integridad de los datos almacenados en nuestros equipos informáticos.	2%	2
h) Se han aplicado las barreras de seguridad necesarias para salvaguardar la información de nuestra empresa.	1%	2
RESULTADO DE APRENDIZAJE (RA4)		% sobre total RA
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.		15%
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	Porcentaje	UD
a) Se han utilizado programas web para mantener cibercharlas de texto.	2%	3
b) Se han utilizado programas de mensajería instantánea.	2%	3
c) Se han aplicado sistemas de comunicación oral que utilizan solo sonido o sonido e imagen.	2%	3
d) Se han establecido contactos con otros usuarios de la red a través de foros de debate y opinión.	2%	3
e) Se han establecido contactos sobre temas concretos a través de blogs temáticos de contenido profesional.	2%	3
f) Se han efectuado comunicaciones, publicidad y ventas con otros usuarios de la red a través de redes sociales.	2%	3

EVALUACIÓN DEL MÓDULO

g) Se han generado contenidos audiovisuales y fotográficos de la actividad, productos y procesos comerciales	3%	3
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>		20%
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	Porcentaje	UD
a) Se han redactado las sentencias más utilizadas en lenguaje de etiquetas de hipertexto (HTML).	3%	4
b) Se han utilizado programas comerciales que permiten crear de forma sencilla los ficheros que componen las páginas web.	3%	4
c) Se ha registrado la dirección de páginas web con dominio propio o con alojamiento gratuito.	3%	4
d) Se han enviado al servidor de Internet ficheros web creados mediante programas especializados en esta tarea.	3%	4
e) Se han utilizado programas específicos de inclusión de textos, imágenes y sonido.	2%	4
f) Se ha construido una web eficiente para el comercio electrónico.	4%	4
g) Se han incluido en la web, enlaces de interés capaces de generar tráfico orientado e interesado en lo que se ofrece.	2%	4
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>		20%
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	Porcentaje	UD
a) Se ha preparado un plan de marketing digital que permita alcanzar los objetivos comerciales de la empresa.	3%	5
b) Se han definido los procesos de posicionamiento y marketing online.	2%	5
c) Se han establecido las pautas que hay que seguir para realizar la publicidad y promoción online.	3%	5
d) Se han identificado los elementos que configuran el marketing de buscadores.	2%	5
e) Se han evaluado los retos del marketing electrónico: la confianza en los medios de pago, los problemas logísticos y la seguridad.	2%	6
f) Se han realizado las tareas necesarias para gestionar y fidelizar a los clientes a través de la red.	3%	6
g) Se han identificado las nuevas tendencias de comunicación y relación con el cliente en el marketing digital.	2%	6
h) Se han realizado acciones de marketing efectuadas a través de dispositivos móviles.	3%	6

5. LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN DEL MÓDULO

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>		10%
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	Porcentaje	UD
a) Se han establecido los parámetros necesarios para crear o adaptar un negocio on-line.	2%	7
b) Se han definido acciones de captación enfocadas al comercio electrónico.	2%	7
c) Se han reconocido los modelos de negocio existentes en la red.	1%	7
d) Se ha planificado la gestión de los pedidos recibidos y todo el proceso logístico.	2%	7
e) Se han identificado los aspectos jurídicos y de protección de datos en el comercio electrónico.	2%	7
f) Se han establecido los medios de pago que se van a utilizar.	1%	7

5. LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN DEL MÓDULO

Los criterios de evaluación del módulo, son los determinados en el Real Decreto 659/2023, de 18 de julio, por el que se desarrolla la ordenación del Sistema de Formación Profesional, y quedan reflejados en el apartado 4 de la presente programación.

6. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN DEL MÓDULO

La calificación del módulo será el resultado de ponderar las diferentes valoraciones de los criterios, obtenidas mediante los instrumentos de evaluación, por los porcentajes establecidos.

Cada criterio de evaluación se calificará a partir de estos instrumentos: casos prácticos, trabajos y pruebas escritas que están vinculados a las unidades didácticas. Utilizando en cada criterio dos de esos tres instrumentos y siendo su calificación del 50% de la nota cada uno.

El número de faltas de asistencia (excluidas las laborales) que determina la imposibilidad de realización de evaluación continua es del 15% de las 218 horas de duración del módulo (33 horas). Alcanzar esta cifra supone perder el derecho a la evaluación parcial, quedando pendiente de evaluar todos los criterios de evaluación en la primera convocatoria de evaluación final.