



INSTITUTO SUPERIOR DE
FORMACIÓN PROFESIONAL

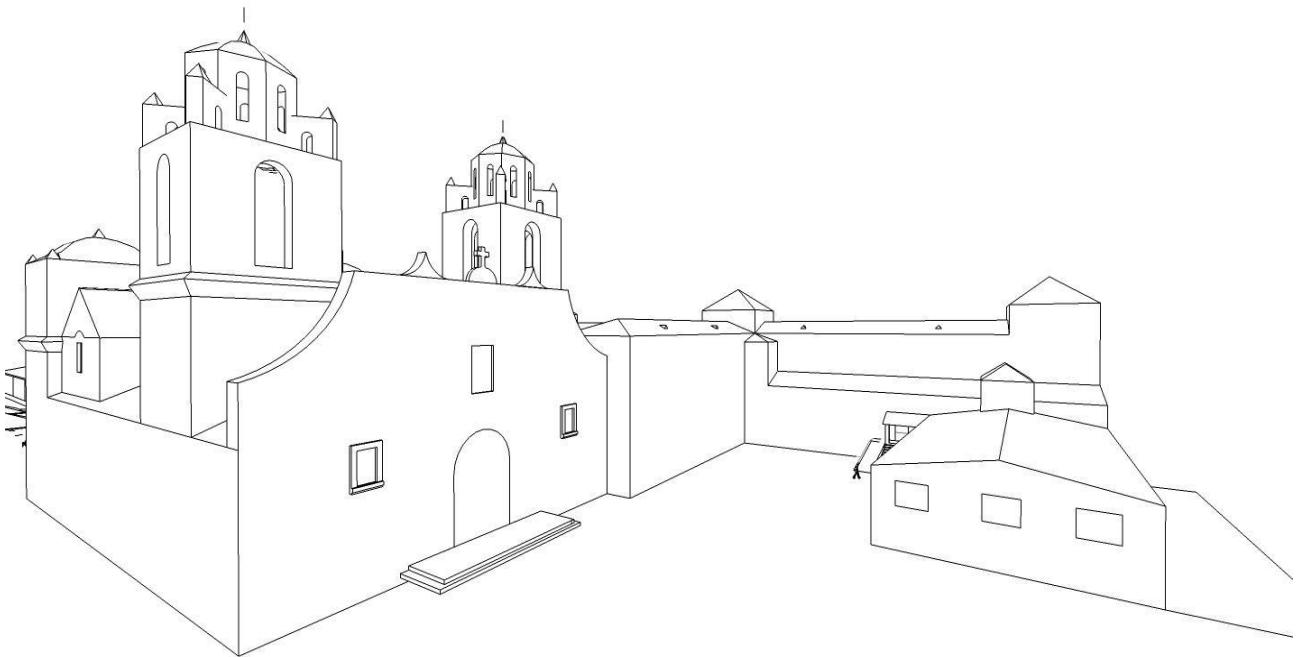
SAN ANTONIO

UCAM

0827 – COMERCIO DIGITAL INTERNACIONAL

TÉCNICO SUPERIOR EN COMERCIO INTERNACIONAL

Ciclo Formativo de Grado Superior (LOE)





Índice

Comercio Digital Internacional	3
Breve descripción del módulo	3
Requisitos Previos	4
Competencia General	4
Competencias profesionales, personales y sociales	4
Objetivos generales	5
Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación	6
Metodología	9
Contenidos	10
Temporalización general	13
Relación con otras asignaturas del Plan de Estudios	14
Sistema de evaluación	14
Bibliografía	19
Recomendaciones para el estudio	19
Materiales y recursos	19
Tutorías	19

Comercio Digital Internacional

Módulo: Profesional

Materia: Comercio Digital Internacional

Código: 0827

Carácter: Obligatorio

Nº de créditos: 4 ECTS - 65 Horas

Unidad Temporal: Segundo Curso

Horas semanales: 3 Horas

Breve descripción del módulo

Comercio Digital Internacional es un módulo profesional que se imparte en el segundo curso del título de Técnico Superior de Comercio Internacional, regulado por el RD 1574/2011, de 4 de Noviembre y la Orden de 20 de diciembre de 2013, de la Consejería de Educación, Formación y Empleo por la que se establece el currículo del ciclo formativo de grado superior correspondiente al título de Técnico Superior en Comercio Internacional en el ámbito de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.

Este módulo queda así mismo regulado por la Orden de 20 de diciembre de 2013, de la Consejería de Educación, Universidades y Empleo por la que se establece el currículo del ciclo formativo de grado superior correspondiente al Título de Técnico Superior en Comercio Internacional en el ámbito de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.

Su estructura y desarrollo abarca una serie de conocimientos que permitirá al alumno desempeñar a la finalización del ciclo las funciones relacionadas con el uso de Internet y de otros sistemas digitales, tales como:

- La definición del plan de marketing y de publicidad digital internacional de la empresa.
- La utilización de diversos sistemas digitales de venta a través de telefonía móvil y TV, entre otros.
- El desarrollo de las políticas de comercio electrónico internacional de la empresa.
- La configuración de la red y el acceso a la misma.
- La búsqueda avanzada de información.
- La gestión del correo electrónico como medio de comunicación y como herramienta de venta internacional.
- La transferencia de información y de aplicaciones de todo tipo.



- La utilización de una gran variedad de programas complementarios de todo tipo, como los dedicados a facturar electrónicamente o los destinados a las relaciones con organismos internacionales públicos y/o privados.
- La relación directa, enfocada a las ventas, con otros usuarios a través de chats, mensajerías, grupos de discusión y blogs.
- La compraventa de productos/servicios por medio de redes sociales internacionales.

Requisitos Previos

No existen requisitos previos para la realización de esta asignatura.

Competencia General

La competencia general del alumnado del Ciclo Formativo de Técnico Superior en Comercio Internacional consiste en planificar y gestionar los procesos de importación/exportación e introducción/expedición de mercancías, aplicando la legislación vigente, en el marco de los objetivos y procedimientos establecidos.

Competencias profesionales, personales y sociales

En el presente módulo el alumno adquirirá las siguientes competencias profesionales, personales y sociales, de las citadas en el RD 1574/2011, que regula el título de Técnico Superior en Comercio Internacional:

- Utilizar Internet y cualquier otro sistema digital, como plataforma publicitaria y escaparate abierto al mundo que facilita la realización de ventas a cualquier cliente nacional o internacional.
- 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.
- 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.



- 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.
- 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.
- 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.
- 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.
- 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.
- 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

Los objetivos generales del ciclo formativo que este módulo profesional permite conseguir son los siguientes:

- Emplear las herramientas más características de Internet y de otros sistemas digitales para dar a conocer la empresa internacionalmente, vender a través de tienda virtual y gestionar la facturación electrónica de las ventas internacionales realizadas.
- 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.
- 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.

- 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.
- Desarrollar técnicas de liderazgo, motivación, supervisión y comunicación en contextos de trabajo en grupo, para facilitar la organización y coordinación de equipos de trabajo.
- 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.
- Evaluar situaciones de prevención de riesgos laborales y de protección ambiental, proponiendo y aplicando medidas de prevención personales y colectivas, de acuerdo con la normativa aplicable en los procesos de trabajo, para garantizar entornos seguros.
- Identificar y proponer las acciones profesionales necesarias, para dar respuesta a la accesibilidad universal y al “diseño para todos”.
- 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.
- 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.
- 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

El alumnado será capaz de:

- 1. Elabora el plan de marketing digital internacional, diseñando las políticas específicas que han de desarrollarse.**

Criterios de evaluación:

- a) Se ha confeccionado un plan de marketing digital internacional capaz de alcanzar los objetivos comerciales de la empresa en el exterior.
- b) Se han definido los procesos de posicionamiento y marketing online internacional.



- c) Se han fijado las normas que han de cumplirse para realizar la publicidad y promoción online en el ámbito internacional.
- d) Se han identificado los elementos que configuran el marketing internacional de buscadores.
- e) Se han evaluado los desafíos del marketing electrónico internacional: la confianza en los medios de pago, los problemas logísticos y la seguridad.
- f) Se han gestionado electrónicamente las relaciones con los clientes internacionales, definiendo claramente el programa de fidelización y las herramientas que se van a utilizar.
- g) Se han reconocido las nuevas tendencias de comunicación y de relación con el cliente en el marketing digital internacional.
- h) Se han realizado acciones de marketing internacional por medio de dispositivos móviles.

2. Realiza las tareas básicas necesarias para utilizar la red Internet, enfocando su uso como un canal de promoción internacional de la empresa.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los conceptos esenciales de funcionamiento y uso de la red a nivel internacional.
- 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 extranets.
- e) Se han utilizado los principales programas navegadores nacionales e internacionales para moverse por la red.
- f) Se han realizado búsquedas selectivas de información mediante aplicaciones específicas.
- g) Se han utilizado buscadores nacionales e internacionales especializados por temas y otras aplicaciones de búsqueda avanzada.

3. Gestiona diversos servicios y protocolos de Internet, manejando programas de correo electrónico, transferencia de archivos, foros internacionales de comunicación y redes sociales.

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 mensajes.
- d) Se ha identificado el protocolo de la 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 han establecido contactos con otros usuarios de la red a través de foros internacionales de debate y opinión.
- g) Se han establecido contactos internacionales sobre temas concretos a través de blogs temáticos de contenido profesional.
- h) Se han realizado comunicaciones con usuarios internacionales de la red a través de redes sociales.

4. Define la política de comercio electrónico de la empresa, estableciendo las acciones necesarias para efectuar ventas internacionales on-line.

Criterios de evaluación:

- a) Se han establecido los parámetros necesarios para crear o adaptar un negocio online internacional.
- b) Se han definido acciones de captación enfocadas al comercio electrónico internacional.
- c) Se han reconocido los modelos de negocio existentes en la red.
- d) Se ha diseñado una tienda virtual de ámbito internacional.
- e) Se ha planificado la gestión de los pedidos recibidos y todo el proceso logístico.
- f) Se han establecido los medios de pago internacionales que se va a utilizar.
- g) Se han seleccionado los sistemas de seguridad que garanticen la privacidad e invulnerabilidad de las operaciones.
- h) Se han identificado los diferentes tipos de negocios electrónicos existentes.

5. Realiza la facturación electrónica y otras tareas administrativas, propias del comercio internacional, de forma telemática, utilizando en cada caso el software específico.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los formatos electrónicos de factura (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 realizado tareas administrativas online con organismos públicos y privados de ámbito nacional e internacional.
- f) Se han identificado los programas perjudiciales para la seguridad e integridad de los datos almacenados en los equipos informáticos.
- g) Se han implementado las barreras de seguridad necesarias para salvaguardar la información almacenada.

Metodología

La metodología que se va a emplear va a ser un método ACTIVO-PARTICIPATIVO, en el que al tratar de desarrollar los contenidos de las unidades de trabajo de forma amena y participativa se despierte el interés del alumno en el conocimiento de los trámites y conocimientos financieros propios del comercio internacional.

Se utilizará un lenguaje claro y se procurará la intervención del alumno durante la exposición del tema, intercalando preguntas, exponiendo ejemplos y proponiéndole ejercicios que habrá de resolver a la vista de sus compañeros, para que sirvan de aclaración a las diversas dudas que puedan tener.

Para tratar de involucrar al alumno en los contenidos de este módulo, se establecerá la utilidad práctica del módulo comentando casos de empresas reales que realicen de forma cotidiana alguno de los trámites o documentos que se estudian en clase.

Para la aplicación práctica del módulo en el ámbito del Comercio Internacional y con el objetivo de que el Técnico en Comercio Internacional sepa desarrollar las actividades que componen su competencia en el trabajo se realizarán supuestos prácticos en los que aplicaran los conocimientos teóricos obtenidos en el aula.

Se realizará controles de evaluación por cada una o varias unidades de trabajo y al menos un control de evaluación por cada trimestre lectivo. En el caso de que a un alumno/a se le detecte que copia o posee algún tipo de “chuleta”, el correspondiente control de evaluación quedará pendiente de recuperación para el final de curso.

Contenidos

En virtud de lo dispuesto en el RD 1574/2011 y en la Orden de 20 de diciembre de 2013, los contenidos del módulo profesional de Comercio Digital Internacional:

Elaboración del plan de marketing digital internacional:

- Desarrollo del plan de marketing digital internacional: las políticas del e-marketing mix.
- Características específicas del cliente online internacional.
- Promoción online y offline de la web exportadora.
- Herramientas de posicionamiento en buscadores internacionales: e-mail marketing, SEM, SEO y campañas en páginas afines: selección de palabras clave, cómo alcanzar un buen posicionamiento natural SEO, cómo alcanzar un buen posicionamiento de pago SEM.
- Políticas de captación: proceso de creación de una marca.
- Análisis de estadísticas y medición de resultados.
- Marketing internacional de afiliación.
- Marketing relacional y gestión de la relación con los clientes (CRM).
- Cross marketing.
- Marketing viral: blogs, buzz, marketing, comunidades virtuales y online networking.
- Marketing one-to-one.
- Aplicaciones del mobile marketing y TDT, entre otros: banca móvil, pagos con el móvil, compras inalámbricas y publicidad dirigida, entre otros.
- Internet TV, videoblogs y web TV, entre otros.
- Sistemas de publicidad poco aconsejables: el spam y la publicidad no deseada. La ley contra el spam.

Realización de las tareas básicas para la utilización de Internet:

- Internet y su origen.



- Funcionamiento: servidores y clientes, el protocolo TCP/IP, la World Wide Web y los dominios de la red.
- Modos de conectarse a Internet: Red telefónica: RTB, RDSI y ADSL, entre otras. Otros tipos: cable, radio, satélite, GPRS y wireless, entre otros.
- Proveedores de servicios. Conexiones móviles.
- Configuración de acceso.
- Las intranets y las extranets.
- El navegador y su funcionamiento: navegadores más utilizados.
- Búsqueda de información nacional e internacional 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, los servicios adicionales y las herramientas específicas.

Gestión de diversos servicios de Internet:

- Correo electrónico. Su funcionamiento.
- El correo web: creación de una cuenta. Las funciones básicas de leer, responder y enviar.
- Correo no deseado.
- Correo POP3. Su utilización.
- Gestión de envío, recepción y mantenimiento de correo POP3.
- Otros gestores de correo POP3.
- Listas de correo.
- Transferencia de archivos. Su utilización.
- Servidores FTP. Aplicaciones FTP.
- Redes P2P (peer to peer). Aplicaciones.
- Los foros internacionales. Leer y escribir en un foro.
- Los grupos de discusión internacionales.
- Redes sociales internacionales.
- Weblogs, blogs o bitácoras.

- Distintas modalidades de weblogs: fotoblogs, moblogs, podcast y tecnología RSS.
- Redes sociales internacionales para empresas: perfil, grupo y página, crear una página corporativa, crear una página de producto, crear un grupo.
- Añadir elementos a una página de una red social internacional: mensajes en el muro, compartir mensajes, responder y borrar un mensaje del muro, crear perfiles.
- Comprar y vender en redes sociales internacionales.

Definición de la política de comercio electrónico internacional:

- Diseño de una tienda virtual internacional.
- 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.
- La gestión de la satisfacción como garantía de recuperación de clientes.
- Medios internacionales de pago electrónico: las tarjetas para pagos online, otros medios de pago electrónicos, períodos de reflexión y cancelaciones.

Criptografía: clave simétrica, clave asimétrica y cifrado de clave única:

- Firma.
- Certificados digitales.
- Entidades certificadoras raíz.
- El spyware (programas espías).
- Encriptación.
- Protocolos de seguridad: SSL (Secure Socket Layer), SET (Secure Electronic Transaction) y 3D Secure.
- Negocios electrónicos: e-shop, e-mail, e-procurement, e-marketplace y e-auction, entre otros.
- Parques empresariales virtuales.

Realización de facturas electrónicas internacionales y otras tareas administrativas:

- Factura electrónica: aspectos generales, condiciones para su utilización y normativa legal.
- Programas de facturación electrónica.
- Seguridad: firma electrónica reconocida.
- Relación con otras empresas y organismos públicos: banca electrónica, ministerios con atribuciones en comercio internacional y páginas de los servicios de hacienda sobre aduanas, entre otras.
- Instituciones que tienen que ver con el comercio internacional: OMC, UE, ICEX y cámaras de comercio, entre otras.
- Seguridad en Internet. Spam, virus informáticos, spyware y phishing.
- Los programas antivirus, cortafuegos y antiespías.
- Navegación segura: las cookies (huellas).

Estos contenidos se dividirán en las siguientes unidades de trabajo:

UNIDAD DE TRABAJO	TOTAL HORAS
UT 1. El papel del comercio digital internacional en un mundo globalizado	
UT 2. Internet: origen, funcionamiento y configuración	
UT 3. Gestión de servicios a través de internet	
UT 4. Elementos clave para el desarrollo efectivo del comercio digital internacional	58 Horas
UT 5. La gestión de operaciones en el entorno del comercio digital internacional	
UT 6. Diseño y desarrollo del plan de marketing digital: las políticas de e-marketing mix	

Temporalización general

Los contenidos del módulo, divididos en Unidades de Trabajo, tendrán la siguiente temporalidad:

Primera evaluación:

- UT. 1. El papel del comercio digital internacional en un mundo globalizado. 9 horas.
- UT. 2. Internet: origen, funcionamiento y configuración. 12 horas.
- UT. 3. Gestión de servicios a través de internet. 12 horas.

Segunda evaluación:

- UT. 4. Elementos clave para el desarrollo efectivo del comercio digital internacional. 8 horas.
- UT. 5. La gestión de operaciones en el entorno del comercio digital internacional. 14 horas.
- UT. 6. Diseño y desarrollo del plan de marketing digital: las políticas de e-marketing mix. 13 horas.

Relación con otras asignaturas del Plan de Estudios

El presente módulo tiene relación esencialmente con los siguientes módulos:

- Marketing Internacional.
- Formación en Centros de Trabajo.
- Proyecto de Comercio Internacional.

Sistema de evaluación

Podemos definir evaluación como: Recogida sistemática de información sobre el proceso de enseñanza y aprendizaje que permita, tras su análisis, adaptarlo a las necesidades del alumnado y la mejora del propio proceso.

Los criterios de evaluación para el módulo, están expuestos anteriormente.

Desde una perspectiva práctica, la evaluación debe ser:

- Individualizada, centrándose en las particularidades de cada alumno y en su evolución.
- Integradora, para lo cual tiene en cuenta las características del grupo a la hora de seleccionar los criterios de evaluación.
- Cualitativa, ya que además de los aspectos cognitivos, se evalúan de forma equilibrada los diversos niveles de desarrollo del alumno.
- Orientadora, dado que aporta al alumnado la información precisa para mejorar su aprendizaje y adquirir estrategias apropiadas.

- Continúa, entendiendo el aprendizaje como un proceso continuo, contrastando los diversos momentos o fases.

Es de gran importancia la realización de trabajos y actividades individuales, tanto escritos como orales, y la resolución de ejercicios y cuestionarios con el fin de conocer y evaluar el grado de comprensión con que van adquiriendo individualmente los conocimientos. De este modo se podrán poner de manifiesto las deficiencias o errores en la comprensión de los conceptos y procesos.

La evaluación de los aprendizajes del alumnado con necesidades educativas especiales que pudieran cursar este nivel educativo, se realizará tomando como referencia los criterios de evaluación propuestos que, en todo caso, asegurarán un nivel suficiente y necesario de consecución de las capacidades correspondientes imprescindibles para conseguir la titulación.

Evaluación ordinaria de marzo

Los procedimientos a través de los cuales se realizarán las evaluaciones del alumnado serán las siguientes:

- a) Realización de tareas y trabajos durante el curso**, en el que se evalúe el “saber hacer” atendiendo a los objetivos y resultados de aprendizaje observados para este módulo. Estos trabajos deberán ser presentados por el alumno en los plazos establecidos. Estos trabajos se realizarán de forma individual o en grupo, según se establezca. No obstante, en los trabajos presentados en grupo se observará el grado de participación de los alumnos. La realización y presentación de ejercicios y/o trabajos, se evaluará mediante la observación directa en clase. Aquellos trabajos realizados fuera del aula se evaluarán a su presentación dentro del plazo establecido.
- b) Pruebas objetivas de control teórico-prácticas.** Estas serán de realizadas de forma personal e individual, que conduzcan a una profundización en la evaluación y calificación del alumno. Estas pruebas serán fundamentalmente conducentes a evaluar el “saber hacer” sobre las competencias profesionales y personales y sociales establecidas para este ciclo formativo. Las pruebas objetivas teórico-prácticas, de las que se realizarán al menos una al trimestre, consistirán en la realización de controles escritos.

Otros procedimientos de evaluación

Los ciclos formativos tienen un carácter eminentemente práctico tal como se indica en su desarrollo prevaleciendo “el saber hacer”, y la obligatoriedad de asistencia a los mismos conducente a la obtención de este fin, por ello, para aquellos casos que por faltas reiteradas del alumno no sea posible la aplicación del procedimiento general establecido en el punto anterior, se aplicará otros

procedimientos de evaluación alternativos en función de los siguientes supuestos que se puedan dar en la evaluación:

- Pérdida de la evaluación continua.
- Incorporación por matriculación posterior al periodo ordinario.

A) Pérdida de evaluación continua

Atendiendo a lo establecido en el B.O.R.M. nº 142 del 22 de junio de 2006, según orden de 1 de junio de 2006 de la Consejería de Educación y cultura, la falta de asistencia a clase de modo reiterado puede provocar la imposibilidad de la aplicación correcta de los criterios de evaluación y la propia evaluación continua. El porcentaje de faltas de asistencia, justificadas e injustificadas, que origina la imposibilidad de la evaluación continua se establece en el 30% del total de horas lectivas de la materia o módulo.

El alumno que se vea implicado en esta situación se someterá a una evaluación extraordinaria, convenientemente programada.

Para los alumnos cuyas faltas de asistencia estén debidamente justificadas o cuya incorporación al centro se produzca una vez iniciado el curso, los departamentos elaborarán un programa de recuperación de contenidos, así como la adaptación de la evaluación a las circunstancias especiales del alumno.

Procedimientos derivados de la pérdida de la evaluación continua

Aquellos alumnos/as que hayan perdido la evaluación continua tendrán derecho a realizar una prueba objetiva teórico-práctica de carácter global a la finalización del curso, conducente a evaluar los resultados de aprendizaje y los criterios de evaluación establecidos para este módulo.

Criterios derivados de la pérdida de la evaluación continua

El alumno que pierda la evaluación continua tendrá derecho a realizar una prueba teórico práctica que será calificada de 1 a 10 puntos en la evaluación final de Junio.

En caso de no superar esta prueba, el alumno tendrá derecho a que se realice un examen de recuperación del módulo en la convocatoria de Junio.

B) Incorporación por matriculación posterior al periodo ordinario

Todos aquellos alumnos/as que se incorporen después de comenzado el curso y cuando la demora de incorporación así lo aconseje, tendrán derecho a un solo control que permita su incorporación al proceso de evaluación continua. Caso de no superar este control, se le elaborará un plan de recuperación de la parte impartida hasta su incorporación, a fin de que realice una serie de ejercicios propuestos, paralelamente a las actividades normales del curso, de forma que faciliten su

incorporación al proceso normal de evaluación continua, y se repetirá el control (caso de no haberlo superado con anterioridad).

Cuando se trate de alumnos/as incorporados como consecuencia de un traslado de “matricula viva”, se atenderá al informe proporcionado por el centro de origen, respetando en tal caso las materias superadas en dicho centro, aunque se podrá someter a un control para averiguar el grado de conocimientos que posee de dichas materias.

Criterios de evaluación de marzo

Con arreglo al sistema de evaluación continua propuesto, se establece el siguiente método de calificación:

- Las tareas y ejercicios prácticos y/o trabajos realizados por el alumno a lo largo del curso, serán calificados con un máximo de tres puntos siempre atendiendo a lo establecido en la programación didáctica de este módulo (en este apartado quedan recogidos los 0.5 puntos de la actitud y participación en clase).
- Las pruebas individuales conducentes a una evaluación del alumno de sus Resultados de Aprendizaje, tendrán una puntuación máxima de siete puntos, completando entre ambos procedimientos los diez puntos establecidos en estos criterios de evaluación.

La expresión de la calificación final en modalidad continua tendrá en cuenta la siguiente distribución porcentual:

- Pruebas objetivas teórico-prácticas: 70%
- Realización y presentación de ejercicios prácticos y/o trabajos: 20%
- Actitud y participación en clase: 10%

La calificación del módulo será POSITIVA siempre que no existan Unidades de trabajo pendientes de recuperación. Por ello será requisito imprescindible obtener al menos 5 puntos en el conjunto de las pruebas teóricas y en el conjunto de las prácticas para poder aprobar cada una de las tres evaluaciones de manera continua.

Las calificaciones se formularán en cifras de 1 a 10, considerándose positivas las calificaciones iguales o superiores a cinco puntos y negativas las restantes.

Al considerar el correcto comportamiento del alumno en clase un aspecto fundamental para el buen funcionamiento del aula así como una aptitud de suma importancia en el trabajo diario de una empresa, se aplicará (por acuerdo del claustro de profesores) penalizar de forma individualizada la conducta negativa de los alumnos. El sistema consistirá en apuntar un negativo al alumno cuyo comportamiento no sea el adecuado a juicio del profesor, de modo que, cada tres negativos

acumulados, se restará un punto de la nota final de cada una de las evaluaciones del curso. Cada vez que se penalice al alumno se le transmitirá a éste las causas.

Al ser evaluación continua, el profesor realizará pruebas teórico-prácticas (exámenes) cada dos o tres unidades de trabajo, dependiendo de la dificultad y extensión del contenido. Aquellos alumnos que superen dichas pruebas eliminarán la materia de las unidades correspondientes. En caso de que los alumnos no alcancen la nota mínima en las pruebas teórico-prácticas y no puedan aprobar en el sistema de evaluación continua deberán recuperar la materia suspensa mediante examen teórico-práctico al final de cada una de las evaluaciones. En caso de suspender la evaluación final de junio, los alumnos podrán acceder a la convocatoria de septiembre para recuperar la materia pendiente.

La nota final del módulo en evaluación continua se obtendrá del cálculo de la nota media de las dos evaluaciones y de la evaluación final. Será necesaria la obtención de un aprobado (calificación de 5 o superior) en cada evaluación y, en todo caso, en la evaluación final para poder aprobar el módulo.

Evaluación extraordinaria de junio

Se establece el siguiente método de calificación:

- Las tareas y ejercicios prácticos y/o trabajos realizados por el alumno a lo largo del periodo vacacional, serán calificados con un **máximo de tres puntos** siempre atendiendo a lo establecido en la programación didáctica de este módulo.
- Las pruebas individuales realizadas en conducentes a una evaluación del alumno de sus Resultados de Aprendizaje, tendrán una puntuación **máxima de siete puntos**, completando entre ambos procedimientos los diez puntos establecidos en estos criterios de evaluación.

Los criterios de calificación se aplicarán según los siguientes procedimientos de evaluación:

- Pruebas objetivas teórico-prácticas: 70%
- Realización y presentación de ejercicios prácticos y/o trabajos: 30%

La calificación del módulo será POSITIVA siempre que no existan Unidades de trabajo pendientes de recuperación. Para ello será requisito imprescindible obtener al menos 5 puntos.

Las calificaciones se formularán en cifras de 1 a 10, considerándose positivas las calificaciones iguales o superiores a cinco puntos y negativas las restantes.

Bibliografía

Básica:

ROJAS RUIZ, F y MARTINEZ VALVERDE, J. F. (2017). Comercio Digital Internacional. Paraninfo.
ISBN: 9788428339032

Recomendaciones para el estudio

Actitud abierta a la reflexión y al diálogo constructor de nuevo conocimiento.

Materiales y recursos

A los alumnos/as se les facilitará todo tipo de material de apoyo para la correcta interpretación de los temas a impartir, incluyéndose entre los mismos: Fotocopias de libros, de textos legales, guías, fotocopias de casos prácticos, de recortes de prensa, etc.

Los alumnos/as deberán aportar al aula y panel informativo, recortes de prensa relativos a los bloques que componen la programación y documentos que en su entorno profesional y familiar pudieran tener sobre temas a trabajar.

Revistas de diversos temas monográficos de interés para la asignatura: Boletines Informativos de Instituciones, Organismos Oficiales, etc.

Tutorías

En las tutorías de la asignatura se perseguirán los siguientes objetivos:

- Responder las dudas al alumno, que no hayan quedado resueltas en el aula.
- Proceder al acompañamiento del alumnado en su proceso de enseñanza-aprendizaje.

Para realizar una tutoría el alumno sólo debe comunicarlo al profesor para concretar una o venir en horario de tutoría.

