

## **ANEXO X: MÓDULOS OPTATIVOS**

### **ANEXO X-I: MÓDULO: INGLÉS ORAL PARA ENTORNOS PROFESIONALES**

Común a todas las familias profesionales

**DURACIÓN: 96 HORAS**

#### **RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN**

1. Comprende información de índole profesional contenida en todo tipo de discursos orales emitidos por cualquier medio de comunicación, interpretando con precisión el contenido del mensaje.

a) Se han emitido mensajes generales propios de sector utilizando nexos y estrategias de interacción.

b) Se han emitido mensajes relacionados con su vida socio-profesional.

c) Se ha intercambiado con fluidez información específica y detallada utilizando estructuras de una complejidad acorde al nivel competencial.

d) Se ha expresado con fluidez, precisión y eficacia sobre temas profesionales, marcando con claridad la relación entre las ideas.

e) Se han expresado y defendido puntos de vista con claridad, proporcionando explicaciones y argumentos adecuados.

f) Se han seleccionado y aplicado los registros adecuados para la emisión del mensaje, así como protocolos y normas de relación social propios del país.

g) Se han realizado presentaciones, bien estructuradas, sobre temas de su ámbito profesional, haciendo uso de los protocolos establecidos.

h) Se ha descrito y secuenciado oralmente un proceso de trabajo de su competencia.

i) Se han utilizado estrategias de mediación reformulando el discurso o parte del mismo para facilitar la comprensión.

j) Se ha interaccionado adoptando un nivel de formalidad adecuado a las circunstancias.

k) Se ha utilizado correctamente la terminología de la profesión.

2. Produce mensajes orales claros y estructurados, participando como agente activo en conversaciones profesionales, analizando el contenido de la situación y adaptándose al registro lingüístico del interlocutor.

a) Se han emitido mensajes generales propios de sector utilizando nexos y estrategias de interacción.

b) Se han emitido mensajes relacionados con su vida socio-profesional.

c) Se ha intercambiado con fluidez información específica y detallada utilizando estructuras de una complejidad acorde al nivel competencial.

- d) Se han seleccionado y aplicado los registros adecuados para la emisión del mensaje, así como protocolos y normas de relación social propios del país.
- e) Se han realizado presentaciones, bien estructuradas, sobre temas de su ámbito profesional, haciendo uso de los protocolos establecidos.
- f) Se ha utilizado correctamente la terminología de la profesión.
- g) Se ha descrito y secuenciado oralmente un proceso de trabajo de su competencia.
- h) Se han utilizado estrategias de mediación reformulando el discurso o parte del mismo para facilitar la comprensión.
- i) Se ha interactuado espontáneamente, adoptando un nivel de formalidad adecuado a las circunstancias.

3. Aplica actitudes y comportamientos profesionales en situaciones de comunicación, describiendo las relaciones típicas características del país de la lengua extranjera.

- a) Se han definido los rasgos más significativos de las costumbres y usos de la comunidad donde se habla la lengua extranjera.
- b) Se han aplicado los protocolos y normas de relación social propios del país de la lengua extranjera.
- c) Se han identificado los aspectos socio-profesionales propios del sector, en cualquier tipo de texto.
- d) Se han identificado los valores y creencias propios de la comunidad donde se habla la lengua extranjera.
- e) Se han identificado las oportunidades de aprendizaje y empleo en Europa.
- f) Se han reconocido los marcadores lingüísticos de la procedencia regional.
- g) Se ha utilizado la lengua extranjera para comunicarse con hablantes o estudiantes de esta lengua.

## CONTENIDOS

1. Producción de mensajes orales específicos del sector:

Mensajes generales y profesionales.

Mensajes espontáneos y grabados: conversaciones, llamadas telefónicas y pódcast.

Descripción y secuenciación de un proceso de trabajo del sector profesional.

Presentaciones sobre un tema de la especialidad.

Mensajes relacionados con la búsqueda de empleo: entrevistas de trabajo y videocurrículum.

Mensajes orales para expresar opiniones, proporcionar explicaciones y argumentar de manera fluida.

Estrategias de interacción para emitir mensajes en el ámbito profesional.

Estrategias de mediación: interpretación y explicación de mensajes para facilitar la comprensión.

Fórmulas de cortesía y formalidad adecuadas al contexto comunicativo.

Uso de materiales de consulta y diccionarios técnicos para la producción de mensajes orales.

2. Comprensión de mensajes orales específicos del sector:

Discursos y mensajes generales y profesionales.

Mensajes directos y grabados: conversaciones, charlas, llamadas telefónicas, videoconferencias, programas, noticias, pódcast, anuncios o presentaciones.

Mensajes de índole profesional relacionados con la atención al cliente, búsqueda de empleo, resolución de problemas u otros.

Instrucciones sobre tareas propias del puesto de trabajo y del entorno laboral.

Terminología específica del sector y estructuras gramaticales necesarias para la comprensión de los diferentes tipos de mensajes.

Uso de materiales de consulta y diccionarios técnicos para la comprensión de mensajes orales.

3. Identificación e interpretación de elementos culturales de los países de lengua extranjera en el ámbito profesional:

Costumbres, creencias y valores propios del país extranjero.

Normas socioculturales y protocolarias en las relaciones internacionales.

Aspectos socio-profesionales propios del sector en el país de la lengua extranjera.

Oportunidades de aprendizaje y empleo en Europa.

Marcadores lingüísticos de la procedencia del hablante.

Realización de intercambios comunicativos a través de diferentes medios con hablantes o estudiantes de la lengua extranjera.

## MÓDULO: DINAMIZACIÓN DE REDES SOCIALES EN LAS PYMES Y GESTIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

DURACIÓN: 96 horas

CF GRADO MEDIO Y GRADO SUPERIOR

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

RA1. Construye páginas web atractivas para los usuarios de Internet, la tienda electrónica y el catálogo online utilizando criterios de posicionamiento, fácil manejo y persuasión y aplicaciones informáticas y lenguajes específicos.

#### CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Se han redactado las sentencias más utilizadas en lenguaje de etiquetas de hipertexto (HTML).

Se han utilizado programas comerciales que permiten crear de forma sencilla los ficheros que componen las páginas web.

Se ha registrado la dirección de páginas web con dominio propio o con alojamiento gratuito.

Se han enviado al servidor de Internet ficheros web creados mediante programas especializados en esta tarea.

Se han utilizado programas específicos de inclusión de textos, imágenes y sonido.

Se ha construido una web eficiente para el comercio electrónico.

Se han incluido en la web enlaces de interés capaces de generar tráfico orientado e interesado en lo que se ofrece.

RA2. 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.

#### CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Se ha preparado un plan de marketing digital que permita alcanzar los objetivos comerciales de la empresa.

Se han definido los procesos de posicionamiento y marketing online.

Se han establecido las pautas que hay que seguir para realizar la publicidad y promoción online.

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.

Se han realizado las tareas necesarias para gestionar y fidelizar a los clientes a través de la red.

Se han identificado las nuevas tendencias de comunicación y relación con el cliente en el marketing digital.

Se han realizado acciones de marketing efectuadas a través de dispositivos móviles.

RA3. Define la política de comercio electrónico de la empresa, estableciendo las acciones necesarias para efectuar ventas on-line, aplicando las políticas de comercio electrónico definidas por la empresa.

## CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Se han establecido los parámetros necesarios para crear o adaptar un negocio on-line.

Se han definido acciones de captación enfocadas al comercio electrónico.

Se han reconocido los modelos de negocio existentes en la red.

Se ha diseñado una tienda virtual.

Se ha planificado la gestión de los pedidos recibidos y todo el proceso logístico.

Se han identificado los aspectos jurídicos y de protección de datos en el comercio electrónico.

Se han establecido los medios de pago que se van a utilizar.

Se han seleccionado los sistemas de seguridad que garanticen la privacidad e invulnerabilidad de las operaciones.

Se han identificado los diferentes tipos de negocios electrónicos existentes.

RA4. Establece foros de comunicación entre usuarios, utilizando las redes sociales de ámbito empresarial.

## CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Se han utilizado programas web para mantener cibercharlas de texto.

Se han manejado aplicaciones de mensajería instantánea.

Se han aplicado sistemas de comunicación oral que utilizan solo sonido o sonido e imagen.

Se han propuesto temas de contenido profesional a través de blogs temáticos.

Se han establecido contactos sobre temas concretos a través de blogs temáticos de contenido profesional.

Se han efectuado comunicaciones, publicidad y ventas con otros usuarios de la red a través de redes sociales.

Se han generado contenidos audiovisuales y fotográficos de la actividad, productos y procesos comerciales.

RA5. Utiliza entornos de trabajo dirigidos al usuario final (Web 2.0), integrando herramientas informáticas y recursos de Internet.

## CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Se han definido los modelos y funcionalidades Web 2.0. existentes en la red.

Se han utilizado los recursos gratuitos y libres incluidos en los sitios Web 2.0.

Se han aplicado los resultados obtenidos en el entorno Web 2.0 mediante la información (feedback) proporcionada por los usuarios.

Se han realizado las tareas necesarias para que la empresa esté presente, además de en su propio sitio web, en buscadores, redes sociales, blogs y chats y foros, entre otros.

Se han seleccionado las acciones necesarias para integrar el comercio electrónico con funcionalidades propias de la Web 2.0

## CONTENIDOS ORIENTATIVOS:

### 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. Catálogo de productos online.. 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.

### Establecimiento de relaciones con otros usuarios de la red:

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

### Utilización de entornos Web 2.0: conceptos:

Concepto y características. Funcionalidades: opiniones y foros de personas usuarias. Reputación corporativa online. Objetivos que hay que alcanzar. Herramientas del marketing online utilizadas en la Web 2.0. Webs integradas. Redes sociales que integran a las personas consumidoras como prescriptoras. Las personas consumidoras como participantes activas (prosumidoras): opiniones de otras personas compradoras, ofertas cruzadas y comparativas, entre otras. Implementación de estrategias de seguridad informática.

**MÓDULO: GESTIÓN DE PROCESOS DIGITALES**

**DURACIÓN: 96 HORAS**

**CF GRADO MEDIO Y GRADO SUPERIOR**

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

RA1. Automatiza tareas de los procesos mediante herramientas como macros, scripts y flujos de trabajo. Uso de software específico para agilizar tareas repetitivas.

### CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Se identifican las necesidades de automatización

Se analizan los procesos y tareas repetitivas que pueden ser automatizadas.

Se justifica la selección de herramientas adecuadas para la automatización.

Se emplean macros, scripts o flujos de trabajo según los requerimientos del proceso.

Se configuran correctamente las herramientas de automatización seleccionadas.

Diseña y programa macros o scripts funcionales para optimizar tareas.

Se verifica el correcto funcionamiento de la automatización y soluciona errores.

RA2. Gestión Electrónica de Documentos (GED): Aprende a clasificar, archivar y gestionar documentos digitales. Explora sistemas de GED y aplica en la empresa.

### CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Se identifican correctamente los tipos de documentos digitales.

Aplican criterios adecuados para la clasificación según normas y estándares.

Utilizan herramientas digitales para organizar documentos de manera eficiente, manteniendo un archivo organizado y accesible.

Se utilizan softwares o sistemas de gestión documental (GED) de manera efectiva.

Se configura y personaliza un sistema de GED según las necesidades empresariales.

Se evalúa la eficiencia operativa del GED implementado.

RA3. Flujos de Trabajo Digitales: Diseña y optimiza flujos de trabajo electrónicos. Uso de herramientas como Microsoft PowerAutomate para conectar aplicaciones y automatizar procesos.

### CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Define con claridad los objetivos del flujo de trabajo.

Identifica y selecciona los procesos adecuados para automatizar.

Representa gráficamente el flujo de trabajo antes de su implementación.

Crea flujos de trabajo funcionales utilizando Power Automate.

Implementa conexiones entre diversas aplicaciones y servicios.

Utiliza condiciones, bucles y desencadenadores de manera efectiva.

Garantiza la correcta ejecución y seguimiento de los procesos automatizados.

RA4.Seguridad y Privacidad de Datos: Protección de datos personales y empresariales. Cumplimiento de normativas como el RGPD.

#### CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Se aplican estándares de seguridad y calidad en la automatización de tareas.

Se garantiza la integridad y confiabilidad de los datos procesados. c) Se aplican medidas de seguridad adecuadas para la protección de datos, como cifrado, autenticación y acceso restringido.

Implementa buenas prácticas en la gestión de contraseñas y control de accesos.

Se evalúan riesgos y vulnerabilidades en el manejo de datos personales y empresariales.

Se conocen y aplican los principios fundamentales del RGPD (transparencia, limitación de la finalidad, minimización de datos, etc.).

Se proponen mejoras en los procedimientos de protección de datos según la normativa vigente

RA5.Colaboración Digital: Utiliza herramientas para la colaboración en línea, como Microsoft Teams. Gestión de reuniones virtuales, compartición de documentos y trabajo en equipo.

#### CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Utiliza correctamente Microsoft Teams.

Accede y navega por la plataforma de manera autónoma.

Configura su perfil y gestiona notificaciones.

Gestiona y programa reuniones virtuales correctamente, estableciendo fecha, hora y participantes.

Comparte pantalla y utiliza funciones como grabación, chat y reacciones.

Mantiene una comunicación clara y profesional durante las reuniones.

Sube, organiza y comparte archivos en OneDrive o Teams.

Utiliza permisos y configuraciones de acceso adecuadamente.

Participa activamente en chats, reuniones y actividades grupales.

Responde y gestiona tareas dentro de Microsoft Teams Planner o To Do.

Utiliza integraciones con otras herramientas (como OneNote, Forms, o Whiteboard) para mejorar la productividad del equipo.

#### CONTENIDOS ORIENTATIVOS

Introducción a la Automatización de Procesos:

Uso de Macros para la Automatización. Programación de Scripts para la Automatización. Flujos de Trabajo Automatizados. Implementación y Optimización de la Automatización. Buenas Prácticas y Consideraciones Éticas.

Introducción a la Gestión Electrónica de Documentos (GED):

Definición e importancia de la GED. Clasificación y Organización de Documentos Digitales. Sistemas de Gestión Electrónica de Documentos (SGED). Digitalización y Archivado de

Documentos. Seguridad y Cumplimiento Normativo. Aplicaciones Prácticas en el Ámbito Empresarial. Tendencias y Futuro de la GED.

Introducción a los Flujos de Trabajo Digitales:

Concepto de los flujos de trabajos automatizados. Principios de la automatización de flujos de trabajo. Identificación de las tareas repetitivas. Diseño de Flujos de Trabajo Electrónicos. Uso de Microsoft Power Automate. Optimización de Procesos con Automatización. Beneficios de la Automatización de Flujos de Trabajo.

Flujos de Trabajo Digitales; Seguridad y Privacidad de Datos:

Protección de Datos Personales y Empresariales. Conceptos Claves. Principales Amenazas. Estrategias de Protección. Cumplimiento de Normativas: Reglamento General de Protección de Datos y Otras Regulaciones. ¿Qué es el RGPD?. Derechos de los Usuarios. Responsabilidades de las Empresas. Otras Regulaciones Globales.

Uso de Microsoft Teams para la colaboración en línea:

Conocimiento de la interfaz de Microsoft Teams. Configuración de un equipo y un canal para trabajar de forma colaborativa. Uso de chat, menciones y notificaciones para mantener la comunicación efectiva. Gestión, planificación y programación de reuniones virtuales en Microsoft Teams. Compartición y edición simultánea de documentos y trabajo en equipo en Teams. Buenas prácticas en el trabajo en equipo y la colaboración en línea. Estrategias para una comunicación efectiva en entornos virtuales. Organización y planificación de tareas a través de Microsoft Teams. Manejo de la privacidad y seguridad en la plataforma para proteger la información compartida