

**1. Identificación da programación**
**Centro educativo**

Código	Centro	Concello	Ano académico
36011579	A Guía	Vigo	2023/2024

**Ciclo formativo**

Código da familia profesional	Familia profesional	Código do ciclo formativo	Ciclo formativo	Grao	Réxime
COM	Comercio e márketing	CSCOM04	Márketing e publicidade	Ciclos formativos de grao superior	Réxime xeral-ordinario

**Módulo profesional e unidades formativas de menor duración (\*)**

Código MP/UF	Nome	Curso	Sesións semanais	Horas anuais	Sesións anuais
MP1110	Atención á clientela e ás persoas consumidoras e usuarias	2023/2024	5	87	104

(\*) No caso de que o módulo profesional estea organizado en unidades formativas de menor duración

**Profesorado responsable**

Profesorado asignado ao módulo	ALFONSO GARCÍA CUMPLIDO
Outro profesorado	

Estado: Pendente de supervisión inspector

## 2. Concreción do currículo en relación coa súa adecuación ás características do ámbito produtivo

Este módulo pertence á Formación Profesional da familia profesional de COMERCIO E MÁRKETING. O alumnado matriculado neste módulo provén dun xeito maioritario de Vigo e da súa área de influencia. Vigo é unha gran cidade que conta cun importante tecido empresarial dalí as oportunidades que teñen de traballo os alumnos que posúan este título.

O desenvolvemento curricular deste Módulo vaise aplicar no IES A Guía que cumpre as condicións establecidas nos RD do Título e do Currículo canto a espazos, instalacións, número de alumnos por grupo, etc.

O perfil profesional do título de Técnico Superior en Márketing e Publicidade queda determinado pola súa competencia xeral, as súas competencias profesionais, persoais e sociais, e pola relación de cualificacións e, no seu caso, unidades de competencia do Catálogo Nacional de Cualificacións Profesionais incluídas no título.

A competencia xeral do título de técnico superior en Márketing e Publicidade consiste en definir e efectuar o seguimento das políticas de márketing baseadas en estudos comerciais, e en promocionar e publicitar os produtos e/ou servizos nos medios e nos soportes de comunicación axeitados, elaborando os materiais publipromocionais necesarios.

As competencias profesionais, persoais e sociais deste título son as que se relacionan:

- g) Xestionar os servizos de atención, e de queixas e reclamacións da clientela e das persoas consumidoras e usuarias, prestando un servizo de calidade, para lograr a plena satisfacción da clientela e a transmisión dunha boa imaxe da empresa ou organización.
- l) Adaptarse ás novas situacións laborais, mantendo actualizados os coñecementos científicos, técnicos e tecnolóxicos relativos ao seu ámbito profesional, xestionando a súa formación e os recursos existentes na aprendizaxe ao longo da vida, e utilizando as tecnoloxías da información e da comunicación.
- m) Arranxar situacións, problemas ou continxencias con iniciativa e autonomía no ámbito da súa competencia, con creatividade, innovación e espírito de mellora no traballo persoal e no dos membros do equipo.
- n) Organizar e coordinar equipos de traballo con responsabilidade, e supervisar o seu desenvolvemento, mantendo relacións fluídas, asumindo o liderado e achegando solucións aos conflitos de grupo que se presenten.
- ñ) Comunicarse con iguais, superiores, clientela e persoas baixo a súa responsabilidade, utilizando vías eficaces de comunicación, transmitindo a información ou os coñecementos axeitados, e respectando a autonomía e a competencia das persoas que interveñen no ámbito do seu traballo.
- o) Xerar ámbitos seguros no desenvolvemento do seu traballo e no do seu equipo, supervisando e aplicando os procedementos de prevención de riscos laborais e ambientais, consonte o establecido pola normativa e os obxectivos da empresa.
- p) Supervisar e aplicar procedementos de xestión de calidade e de accesibilidade e deseño universais, nas actividades profesionais incluídas nos procesos de produción ou prestación de servizos.
- q) Realizar a xestión básica para a creación e o funcionamento dunha pequena empresa, e ter iniciativa na súa actividade profesional con sentido da responsabilidade social.
- r) Exercer os dereitos e cumprir as obrigas derivadas da súa actividade profesional, de acordo co establecido na lexislación, participando activamente na vida económica, social e cultural.

**3. Relación de unidades didácticas que a integran, que contribuirán ao desenvolvemento do módulo profesional, xunto coa secuencia e o tempo asignado para o desenvolvemento de cada unha**

U.D.	Título	Descrición	Duración (sesións)	Peso (%)
1	Formación en empresa.	Formación curricular que se adquirirá na empresa.	55	50
2	A actividade comercial das empresas	Organización da empresa, organización da atención ao cliente, xestión informática das relacións cos clientes.	10	10
3	Comunicación presencial na atención comercial	O proceso comunicativo, tipos de comunicación, comunicación na atención presencial ao cliente.	8	8
4	Comunicación non presencial na atención comercial	A comunicación non presencial: comunicación telefónica, comunicación escrita, novas formas de comunicación escrita.	8	10
5	Detección, atención e tramitación de queixas e reclamacións	A satisfacción do cliente coa atención recibida. Documentación asociada a unha queixa ou reclamación. Xestión de queixas e reclamacións. Intervención da Administración en consumo: mediación, arbitraje e denuncia. Reclamacións presenciais. A negociación co cliente. Técnicas e ferramentas de negociación.	10	10
6	Organización e arquivo da documentación	O arquivo empresarial e os seus tipos. A clasificación e arquivo de documentación. A xestión, tratamento e arquivo físico de documentación escrita. O arquivo informático de datos e as bases de datos. A xestión informática das relacións cos clientes. A protección de datos. A LOPD nas relacións cos clientes.	8	8
7	Control da calidade e mellora do servizo	A calidade do servizo de atención ao cliente. A calidade do servizo e como medila. O tratamento e a solución de erros e anomalías no servizo. A fidelización do cliente e as estratexias de fidelización. A normalización e certificación da calidade do servizo.	5	4

**4. Por cada unidade didáctica**
**4.1.a) Identificación da unidade didáctica**

N.º	Título da UD	Duración
1	Formación en empresa.	55

**4.1.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan**

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA1 - Organiza o departamento de atención á clientela, definindo as súas funcións, a súa estrutura e a súa relación con outros departamentos, para transmitir a imaxe máis axeitada da empresa ou organización.	NO
RA2 - Utiliza técnicas de comunicación en situacións de atención á clientela e ás persoas consumidoras ou usuarias, proporcionándolle a información solicitada.	NO
RA3 - Organiza un sistema de información á clientela que optimice o custo e o tempo de tratamento e acceso a esta, aplicando técnicas de organización e arquivo manuais e informáticas.	NO
RA5 - Xestiona as queixas e as reclamacións da clientela e das persoas consumidoras ou usuarias, aplicando técnicas de comunicación e negociación, para alcanzar solucións de consenso entre as partes.	NO

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA6 - Describe os procesos de mediación e de arbitraje de consumo para resolver situacións de conflito en materia de consumo, aplicando a lexislación.	NO
RA7 - Elabora un plan de calidade e de mellora do proceso de atención á clientela e ás persoas consumidoras e usuarias, aplicando técnicas de control e avaliación da eficacia do servizo.	NO

#### 4.1.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado

Criterios de avaliación
CA1.1 Definíronse os conceptos de imaxe e identidade corporativa, e analizouse a súa transcendencia no posicionamento e na diferenciación da empresa ou organización.
CA1.1.1 FE - Definíronse os conceptos de imaxe e identidade corporativa, e analizouse a súa transcendencia no posicionamento e na diferenciación da empresa ou organización
CA1.2 Seleccionáronse os elementos fundamentais de atención á clientela, para transmitir a imaxe axeitada da empresa ou organización.
CA1.2.1 FE-Seleccionáronse os elementos fundamentais de atención á clientela, para transmitir a imaxe axeitada da empresa ou organización.
CA1.3 Establecéronse os obxectivos do departamento de atención á clientela e as súas funcións en diversos tipos de empresas e organizacións.
CA1.3.1 FE-Establecéronse os obxectivos do departamento de atención á clientela e as súas funcións en diversos tipos de empresas e organizacións.
CA1.4 Definíronse as relacións do departamento de atención á clientela co de márketing, o de vendas e outros departamentos da empresa.
CA1.4.1 FE-Definíronse as relacións do departamento de atención á clientela co de márketing, o de vendas e outros departamentos da empresa.
CA1.5 Diferenciáronse as estruturas organizativas en función das características e dos obxectivos da empresa ou organización.
CA1.6 Establecéronse as seccións ou áreas de actividade do servizo de atención á clientela e do servizo posvenda.
CA1.6.1 FE-Establecéronse as seccións ou áreas de actividade do servizo de atención á clientela e do servizo posvenda.
CA2.1 Defínese o proceso de comunicación, os elementos que interveñen e os filtros e as barreiras que poidan xurdir nel.
CA2.1.1 FE-Defínese o proceso de comunicación, os elementos que interveñen e os filtros e as barreiras que poidan xurdir nel.
CA2.2 Diferenciáronse as canles de comunicación interna e externa dunha empresa ou organización.

Criterios de avaliación
CA2.2.1 FE-Diferenciáronse as canles de comunicación interna e externa dunha empresa ou organización.
CA2.3 Descríbense as fases do proceso de atención ou información á clientela e as técnicas utilizadas en diferentes canles de comunicación.
CA2.3.1 FE-Describíronse as fases do proceso de atención ou información á clientela e as técnicas utilizadas en diferentes canles de comunicación.
CA2.4 Solicitouse a información requirida pola clientela a outros departamentos e/ou organismos, utilizando diversas canles de comunicación coa actitude e forma adecuadas a cada situación.
CA2.4.1 FE-Solicitouse a información requirida pola clientela a outros departamentos e/ou organismos, utilizando diversas canles de comunicación coa actitude e forma adecuadas a cada situación.
CA2.5 Transmitíronse mensaxes orais de atención a unha clientela suposta, adaptando a súa actitude e discurso ás persoas ou grupos a quen se dirixa, e prestándolle especial atención á comunicación non verbal.
CA2.6 Mantivéronse conversas telefónicas cunha suposta clientela, observando as normas de protocolo e utilizando as técnicas e as actitudes que favorezan o desenvolvemento da comunicación.
CA2.7 Confeccionáronse escritos de resposta a solicitudes de información en diferentes situacións de atención á clientela, utilizando técnicas, formalidades e actitudes axeitadas en cada situación.
CA2.8 Utilizouse o correo electrónico e a mensaxaría instantánea para contestar ás consultas da clientela, respectando as normas de protocolo e adoptando unha actitude axeitada en cada situación.
CA3.1 Descríbense as técnicas de organización e arquivo da información e a documentación, tanto manuais como informáticas.
CA3.2 Identifícanse as principais técnicas de catalogación e arquivo de documentación, analizando as súas vantaxes e os seus inconvenientes, en función do tipo de información, a súa utilización e o tempo de arquivo.
CA3.3 Clasifícanse os tipos de información en materia de atención á clientela e ás persoas consumidoras ou usuarias, discriminando a súa orixe e asignando o proceso de tramitación e organización axeitado.
CA3.4 Elaboráronse, actualizáronse e consultáronse bases de datos coa información salientable da clientela.
CA3.5 Manexáronse ferramentas de xestión das relacións coa clientela (CRM), de acordo coas especificacións recibidas.
CA3.6 Rexistrouse a información relativa ás consultas ou solicitudes da clientela na ferramenta de xestión adecuada.
CA3.7 Aplicáronse procedementos que garantan a seguridade e a integridade da información e a protección de datos, respectando a normativa.
CA3.7.1 FE-Aplicáronse procedementos que garantan a seguridade e a integridade da información e a protección de datos, respectando a normativa.
CA3.8 Definíronse as canles de acceso á información en materia de atención á clientela, e analizáronse as características de cada unha.

Criterios de avaliación
CA3.8.1 FE-Definíronse as canles de acceso á información en materia de atención á clientela, e analizáronse as características de cada unha.
CA5.1 Caracterizáronse os tipos de consultas, queixas, reclamacións e denuncias da clientela máis habituais en materia de consumo.
CA5.1.1 FE-Characterizáronse os tipos de consultas, queixas, reclamacións e denuncias da clientela máis habituais en materia de consumo.
CA5.2 Definiuse o procedemento, as fases, o xeito e os prazos do proceso de tramitación das queixas e reclamacións da clientela.
CA5.3 Identificáronse os elementos da reclamación ou denuncia, e informouse a clientela dos seus dereitos e dos posibles mecanismos de solución da reclamación, de acordo coa normativa.
CA5.4 Formalizouse a documentación necesaria para iniciar o trámite e cursar a reclamación ou denuncia cara aos departamentos ou organismos competentes, de acordo cos métodos establecidos.
CA5.5 Aplicáronse técnicas de comunicación na atención das queixas e das reclamacións, utilizando a escoita activa, a empatía e a asertividade.
CA5.6 Identificáronse as cláusulas do contrato susceptibles de negociación e elaborouse un plan de negociación que estableza os aspectos que cumpra negociar, a estratexia de negociación e os pasos que haxa que seguir.
CA5.6.1 FE-Identificáronse as cláusulas do contrato susceptibles de negociación e elaborouse un plan de negociación que estableza os aspectos que cumpra negociar, a estratexia de negociación e os pasos que haxa que seguir.
CA5.7 Utilizáronse técnicas de negociación e actitudes que faciliten o acordo para xestionar as reclamacións da clientela.
CA5.8 Identificáronse e formalizáronse con rigor os documentos relativos á xestión de queixas, reclamacións e denuncias.
CA5.9 Informouse a persoa reclamante acerca da situación e do resultado da queixa ou reclamación, de xeito oral, escrito ou por medios electrónicos.
CA6.7 Confeccionáronse os documentos correspondentes aos procesos de mediación e de arbitraje, e relacionáronse coa súa tramitación.
CA6.7.1 FE-Confeccionáronse os documentos correspondentes aos procesos de mediación e de arbitraje, e relacionáronse coa súa tramitación.
CA6.8 Describiuse un proceso de mediación, identificando o obxectivo, redactando a convocatoria, analizando a situación e o desenvolvemento do acto, e redactando a acta de mediación e o acordo de xeito claro e obxectivo.
CA6.8.1 FE-Describiuse un proceso de mediación, identificando o obxectivo, redactando a convocatoria, analizando a situación e o desenvolvemento do acto, e redactando a acta de mediación e o acordo de xeito claro e obxectivo.
CA7.1 Identificáronse as principais incidencias, anomalías e demoras nos procesos de atención á clientela e na xestión de queixas e reclamacións.
CA7.1.1 FE-Identificáronse as principais incidencias, anomalías e demoras nos procesos de atención á clientela e na xestión de queixas e reclamacións.

Criterios de avaliación
CA7.2 Realizouse o seguimento do proceso de tramitación de queixas e reclamacións, e avaliáronse a forma e os prazos de resolución.
CA7.2.1 FE-Realizouse o seguimento do proceso de tramitación de queixas e reclamacións, e avaliáronse a forma e os prazos de resolución.
CA7.3 Aplicáronse técnicas para medir a eficacia do servizo prestado e o nivel de satisfacción da clientela.
CA7.4 Redactáronse informes cos resultados e as conclusións da avaliación da calidade, utilizando ferramentas informáticas.
CA7.4.1 FE-Redactáronse informes cos resultados e as conclusións da avaliación da calidade, utilizando ferramentas informáticas.
CA7.5 Propuxéronse medidas correctoras para solucionar as anomalías detectadas e mellorar a calidade do servizo.
CA7.6 Elaborouse un plan de mellora da calidade que inclúa medidas para mellorar a calidade do servizo, respectando a lexislación.
CA7.6.1 FE-Elaborouse un plan de mellora da calidade que inclúa medidas para mellorar a calidade do servizo, respectando a lexislación.
CA7.7 Elaborouse un plan de recuperación de clientela perdida e definíronse as medidas aplicables.
CA7.7.1 FE-Elaborouse un plan de recuperación de clientela perdida e definíronse as medidas aplicables.
CA7.8 Seleccionáronse as persoas susceptibles de ser incluídas nun programa de fidelización, utilizando a información dispoñible na ferramenta de xestión das relacións coa clientela (CRM).
CA7.9 Elaborouse un programa de fidelización de clientela, utilizando a aplicación informática dispoñible.

#### 4.1.e) Contidos

Contidos
Estruturas organizativas: organigramas; tipos.
Márketing relacional e de relación coa clientela.
Servizos de atención á clientela e ás persoas consumidoras ou usuarias. Seguimento da venda.
Comunicación escrita a través da rede (internet e intranet).
Comunicación en situacións de información á clientela e ás persoas consumidoras ou usuarias: actitudes e técnicas.

Contidos
<p>Ficheiros de clientela.</p> <p>Bases de datos documentais.</p> <p>Manexo de bases de datos de clientela. Tratamento da información.</p> <p>Caracterización dos tipos de persoas consumidoras e usuarias.</p> <p>Defensa das persoas consumidoras: normativa comunitaria, estatal, autonómica e local.</p> <p>Procedemento de recollida das reclamacións e denuncias: documentos necesarios ou probas.</p> <p>Técnicas de comunicación en situacións de queixas e reclamacións.</p> <p>Situacións de conflito en materia de consumo en que se pode utilizar unha mediación.</p> <p>Situacións de conflito en materia de consumo en que se pode formular unha arbitrase.</p> <p>Proceso de arbitrase en materia de consumo: lexislación aplicable; persoas físicas e xurídicas que interveñen; aspectos formais; documentación. Tipos de arbitrase.</p> <p>Tratamento das incidencias ou anomalías: medidas correctoras; prazos.</p> <p>Normativa aplicable en materia de atención á clientela: lei de ordenación do comercio polo miúdo; lei de servizos da sociedade da información e o comercio electrónico; lei de protección de datos de carácter persoal.</p>

#### 4.2.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
2	A actividade comercial das empresas	10

#### 4.2.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA1 - Organiza o departamento de atención á clientela, definindo as súas funcións, a súa estrutura e a súa relación con outros departamentos, para transmitir a imaxe máis axeitada da empresa ou organización.	NO
RA4 - Identifica os organismos e as institucións de protección das persoas consumidoras e usuarias, e analizáronse as competencias de cada un.	SI



**4.2.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado**

Criterios de avaliación
CA1.1 Definíronse os conceptos de imaxe e identidade corporativa, e analizouse a súa transcendencia no posicionamento e na diferenciación da empresa ou organización.
CA1.1.2 FCE - Definíronse os conceptos de imaxe e identidade corporativa, e analizouse a súa transcendencia no posicionamento e na diferenciación da empresa ou organización
CA1.2 Seleccionáronse os elementos fundamentais de atención á clientela, para transmitir a imaxe axeitada da empresa ou organización.
CA1.2.2 FCE-Seleccionáronse os elementos fundamentais de atención á clientela, para transmitir a imaxe axeitada da empresa ou organización.
CA1.3 Establecéronse os obxectivos do departamento de atención á clientela e as súas funcións en diversos tipos de empresas e organizacións.
CA1.3.2 FCE-Establecéronse os obxectivos do departamento de atención á clientela e as súas funcións en diversos tipos de empresas e organizacións.
CA1.4 Definíronse as relacións do departamento de atención á clientela co de márketing, o de vendas e outros departamentos da empresa.
CA1.4.2 FCE-Definíronse as relacións do departamento de atención á clientela co de márketing, o de vendas e outros departamentos da empresa.
CA1.6 Establecéronse as seccións ou áreas de actividade do servizo de atención á clientela e do servizo posvenda.
CA1.6.2 FCE- Establecéronse as seccións ou áreas de actividade do servizo de atención á clientela e do servizo posvend
CA1.7 Elaboráronse organigramas de empresas de tipoloxía diversa, tendo en conta as súas características, a súa actividade e a súa estrutura organizativa.
CA1.8 Valorouse a posibilidade de externalizar o servizo de atención á clientela analizando as funcións dos contact centers e os servizos que prestan ás empresas ou organizacións.
CA4.1 Definiuse o concepto e o papel de persoa consumidora e usuaria.
CA4.2 Interpretouse a normativa comunitaria, estatal, autonómica e local que recolle os dereitos das persoas consumidoras e usuarias.
CA4.3 Identificáronse as institucións e os organismos públicos de protección das persoas consumidoras e usuarias, e describíronse as súas funcións e as súas competencias.
CA4.4 Identificáronse as principais entidades privadas de protección das persoas consumidoras, e explicáronse as súas funcións e as súas competencias.
CA4.5 Determináronse as fontes de información fiables que facilitan información en materia de consumo.

**Crterios de avaliación**

CA4.6 Interpretouse a normativa aplicable á xestión de queixas e reclamacións da clientela e das persoas consumidoras ou usuarias en materia de consumo.

**4.2.e) Contidos****Contidos**

Atención á clientela nas empresas e organizacións.

0Dependencia funcional. Relacións con outros departamentos.

Estruturas organizativas: organigramas; tipos.

Competencias xerais e específicas do persoal do departamento de atención á clientela e ás persoas consumidoras ou usuarias.

Contact centers: funcións no sistema de relación coa clientela e servizos que prestan.

Márketing relacional e de relación coa clientela.

Xestión das relacións coa clientela.

Factores que inflúen na atención á clientela dunha empresa ou organización.

Identidade corporativa e imaxe de marca: posicionamento e diferenciación.

Servizos de atención á clientela e ás persoas consumidoras ou usuarias. Seguimento da venda.

Servizo posvenda: información e asesoramento; atención de queixas e reclamacións.

Departamento de atención á clientela nas empresas e organizacións: obxectivos; estrutura e organización.

Funcións do departamento.

Concepto de persoa consumidora e usuaria.

Caracterización dos tipos de persoas consumidoras e usuarias.

Dereitos das persoas consumidoras.

Contidos
Defensa das persoas consumidoras: normativa comunitaria, estatal, autonómica e local.
Institucións públicas de protección das persoas consumidoras: tipoloxía, organigrama funcional e competencias.
Entidades privadas de protección das persoas consumidoras: tipoloxía, organigrama funcional e competencias.

**4.3.a) Identificación da unidade didáctica**

N.º	Título da UD	Duración
3	Comunicación presencial na atención comercial	8

**4.3.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan**

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA2 - Utiliza técnicas de comunicación en situacións de atención á clientela e ás persoas consumidoras ou usuarias, proporcionándolle a información solicitada.	NO

**4.3.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado**

Criterios de avaliación
CA2.1 Definiuse o proceso de comunicación, os elementos que interveñen e os filtros e as barreiras que poidan xurdir nel.
CA2.1.2 FCE-Definiuse o proceso de comunicación, os elementos que interveñen e os filtros e as barreiras que poidan xurdir nel.
CA2.2 Diferenciáronse as canles de comunicación interna e externa dunha empresa ou organización.
CA2.2.2 FCE-Diferenciáronse as canles de comunicación interna e externa dunha empresa ou organización.
CA2.3 Descríbense as fases do proceso de atención ou información á clientela e as técnicas utilizadas en diferentes canles de comunicación.
CA2.3.2 FCE-Descríbense as fases do proceso de atención ou información á clientela e as técnicas utilizadas en diferentes canles de comunicación.
CA2.4 Solicitouse a información requirida pola clientela a outros departamentos e/ou organismos, utilizando diversas canles de comunicación coa actitude e forma adecuadas a cada situación.
CA2.4.2 FCE-Solicitouse a información requirida pola clientela a outros departamentos e/ou organismos, utilizando diversas canles de comunicación coa actitude e forma adecuadas a cada situación.

**4.3.e) Contidos**

Contidos
Comunicación na empresa: información e comunicación. Proceso de comunicación: elementos e fases. Tipos de comunicación: interna e externa, formal e informal. Comunicación en situacións de información á clientela e ás persoas consumidoras ou usuarias: actitudes e técnicas. Empatía e asertividade. Comunicación oral: normas para falar en público. Comunicación non verbal.

**4.4.a) Identificación da unidade didáctica**

N.º	Título da UD	Duración
4	Comunicación non presencial na atención comercial	8

**4.4.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan**

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA2 - Utiliza técnicas de comunicación en situacións de atención á clientela e ás persoas consumidoras ou usuarias, proporcionándolle a información solicitada.	NO

**4.4.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado**

Criterios de avaliación
CA2.1 Definiuse o proceso de comunicación, os elementos que interveñen e os filtros e as barreiras que poidan xurdir nel.
CA2.1.2 FCE-Definiuse o proceso de comunicación, os elementos que interveñen e os filtros e as barreiras que poidan xurdir nel.
CA2.2 Diferenciáronse as canles de comunicación interna e externa dunha empresa ou organización.

Criterios de avaliación
CA2.2.2 FCE-Diferenciáronse as canles de comunicación interna e externa dunha empresa ou organización.
CA2.3 Descríbense as fases do proceso de atención ou información á clientela e as técnicas utilizadas en diferentes canles de comunicación.
CA2.3.2 FCE-Descríbense as fases do proceso de atención ou información á clientela e as técnicas utilizadas en diferentes canles de comunicación.
CA2.4 Solicitouse a información requirida pola clientela a outros departamentos e/ou organismos, utilizando diversas canles de comunicación coa actitude e forma adecuadas a cada situación.
CA2.4.2 FCE-Solicitouse a información requirida pola clientela a outros departamentos e/ou organismos, utilizando diversas canles de comunicación coa actitude e forma adecuadas a cada situación.

#### 4.4.e) Contidos

Contidos
0Comunicación escrita a través da rede (internet e intranet).  Correo electrónico e mensaxaría instantánea.  Comunicación en tempo real: chat e videoconferencia.  Comunicación diferida (foros).  Comunicación telefónica: regras; uso das novas tecnoloxías.  Comunicación escrita: regras. Tipos de cartas e documentos escritos. Comunicaciós formais.

#### 4.5.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
5	Detección, atención e tramitación de queixas e reclamaciós	10

#### 4.5.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA4 - Identifica os organismos e as institucións de protección das persoas consumidoras e usuarias, e analízanse as competencias de cada un.	NO
RA5 - Xestiona as queixas e as reclamaciós da clientela e das persoas consumidoras ou usuarias, aplicando técnicas de comunicación e negociación, para alcanzar solucións de consenso entre as partes.	NO



Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA6 - Describe os procesos de mediación e de arbitraje de consumo para resolver situacións de conflito en materia de consumo, aplicando a lexislación.	NO

#### 4.5.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado

Criterios de avaliación
CA4.6 Interpretouse a normativa aplicable á xestión de queixas e reclamacións da clientela e das persoas consumidoras ou usuarias en materia de consumo.
CA5.1 Caracterizáronse os tipos de consultas, queixas, reclamacións e denuncias da clientela máis habituais en materia de consumo.
CA5.1.2 FCE- <b>Caracterizáronse os tipos de consultas, queixas, reclamacións e denuncias da clientela máis habituais en materia de consumo.</b>
CA5.6 Identifícanse as cláusulas do contrato susceptibles de negociación e elaborouse un plan de negociación que estableza os aspectos que cumpra negociar, a estratexia de negociación e os pasos que haxa que seguir.
CA5.6.2 FCE- <b>Identifícanse as cláusulas do contrato susceptibles de negociación e elaborouse un plan de negociación que estableza os aspectos que cumpra negociar, a estratexia de negociación e os pasos que haxa que seguir.</b>
CA6.1 Definíronse os conceptos de mediación e arbitraje de consumo, e explicáronse as súas similitudes e as súas diferenzas substanciais.
CA6.2 Identifícanse as figuras que interveñen nos procesos de mediación e de arbitraje, e as funcións que desempeñan.
CA6.3 Describiuse o xeito de iniciar os procesos de mediación e de arbitraje, o seu desenvolvemento e os prazos habituais de resolución.
CA6.4 Diferenciouse entre arbitraje voluntaria ou facultativa, e obrigatoria ou de oficio.
CA6.5 Definiuse o concepto de laudo arbitral, a forma e os prazos do ditame.
CA6.6 Establecéronse os principais aspectos que cómpre ter en conta na redacción dunha acta de mediación.
CA6.7 Confeccionáronse os documentos correspondentes aos procesos de mediación e de arbitraje, e relacionáronse coa súa tramitación.
CA6.7.2 FCE- <b>Confeccionáronse os documentos correspondentes aos procesos de mediación e de arbitraje, e relacionáronse coa súa tramitación.</b>
CA6.8 Describiuse un proceso de mediación, identificando o obxectivo, redactando a convocatoria, analizando a situación e o desenvolvemento do acto, e redactando a acta de mediación e o acordo de xeito claro e obxectivo.

## Criterios de avaliación

CA6.8.2 FCE-Describiuse un proceso de mediación, identificando o obxectivo, redactando a convocatoria, analizando a situación e o desenvolvemento do acto, e redactando a acta de mediación e o acordo de xeito claro e obxectivo.

## 4.5.e) Contidos

## Contidos

Entidades privadas de protección das persoas consumidoras: tipoloxía, organigrama funcional e competencias.

Tipos de consultas, queixas, reclamacións e denuncias máis habituais en materia de consumo.

Plan de negociación: fases, preparación, estratexia e desenvolvemento. Técnicas e tácticas de negociación nas reclamacións. Acordo.

Normativa en materia de consumo aplicable á xestión de reclamacións e denuncias.

Proceso de xestión de reclamacións e denuncias: fases.

Procedemento de recollida das reclamacións e denuncias: documentos necesarios ou probas.

Proceso de tramitación e xestión da reclamación: prazos e presentación ante os organismos competentes.

Reclamacións ante a Administración: actuación administrativa, actos administrativos e silencio administrativo.

Técnicas de comunicación en situacións de queixas e reclamacións.

Tratamento á clientela e ás persoas consumidoras ou usuarias ante as queixas e as reclamacións: escoita activa e empática, e asertividade.

Negociación na resolución de queixas e reclamacións ou denuncias.

Conceptos de mediación e arbitraje: características diferenciadoras.

Situacións de conflito en materia de consumo en que se pode utilizar unha mediación.

Proceso de mediación: persoas físicas e xurídicas que interveñen na negociación; requisitos exixibles; aspectos formais; procedemento.

Situacións de conflito en materia de consumo en que se pode formular unha arbitraje.

Proceso de arbitraje en materia de consumo: lexislación aplicable; persoas físicas e xurídicas que interveñen; aspectos formais; documentación. Tipos de arbitraje.

Contidos
Xuntas arbitrais: organigrama funcional e procedemento.  Laudo arbitral.

**4.6.a) Identificación da unidade didáctica**

N.º	Título da UD	Duración
6	Organización e arquivo da documentación	8

**4.6.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan**

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA3 - Organiza un sistema de información á clientela que optimice o custo e o tempo de tratamento e acceso a esta, aplicando técnicas de organización e arquivo manuais e informáticas.	NO
RA4 - Identifica os organismos e as institucións de protección das persoas consumidoras e usuarias, e analizáronse as competencias de cada un.	NO

**4.6.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado**

Criterios de avaliación
CA3.7 Aplicáronse procedementos que garantan a seguridade e a integridade da información e a protección de datos, respectando a normativa.
CA3.7.2 FCE-Aplicáronse procedementos que garantan a seguridade e a integridade da información e a protección de datos, respectando a normativa.
CA3.8 Definíronse as canles de acceso á información en materia de atención á clientela, e analizáronse as características de cada unha.
CA3.8.2 FCE-Definíronse as canles de acceso á información en materia de atención á clientela, e analizáronse as características de cada unha.
CA4.5 Determináronse as fontes de información fiables que facilitan información en materia de consumo.

**4.6.e) Contidos**

Contidos
Técnicas de organización e arquivo de documentación. Necesidade, finalidade e funcións do arquivo.



Contidos
<p>0 Acceso á información. Realización de consultas.</p> <p>Transmisión de información na empresa. Elaboración de informes.</p> <p>Protección de datos: normativa legal.</p> <p>Sistemas de clasificación, catalogación e arquivo de documentos.</p> <p>Tipoloxía de arquivos: manuais e informáticos.</p> <p>Tratamento e organización de documentos de atención á clientela e ás persoas consumidoras ou usuarias.</p> <p>Ficheiros de clientela.</p> <p>Bases de datos: estrutura, funcións e tipos.</p> <p>Bases de datos documentais.</p> <p>Ferramentas de xestión das relacións coa clientela (CRM).</p> <p>Manexo de bases de datos de clientela. Tratamento da información.</p> <p>Institucións públicas de protección das persoas consumidoras: tipoloxía, organigrama funcional e competencias.</p>

**4.7.a) Identificación da unidade didáctica**

N.º	Título da UD	Duración
7	Control da calidade e mellora do servizo	5

**4.7.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan**

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA7 - Elabora un plan de calidade e de mellora do proceso de atención á clientela e ás persoas consumidoras e usuarias, aplicando técnicas de control e avaliación da eficacia do servizo.	NO

**4.7.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado**

Criterios de avaliación
CA7.1 Identifícaronse as principais incidencias, anomalías e demoras nos procesos de atención á clientela e na xestión de queixas e reclamacións.
CA7.1.2 FCE-Identifícaronse as principais incidencias, anomalías e demoras nos procesos de atención á clientela e na xestión de queixas e reclamacións.
CA7.2 Realizouse o seguimento do proceso de tramitación de queixas e reclamacións, e avaliáronse a forma e os prazos de resolución.
CA7.2.2 FCE-Realizouse o seguimento do proceso de tramitación de queixas e reclamacións, e avaliáronse a forma e os prazos de resolución.
CA7.4 Redactáronse informes cos resultados e as conclusións da avaliación da calidade, utilizando ferramentas informáticas.
CA7.4.2 FCE-Redactáronse informes cos resultados e as conclusións da avaliación da calidade, utilizando ferramentas informáticas.
CA7.6 Elaborouse un plan de mellora da calidade que inclúa medidas para mellorar a calidade do servizo, respectando a lexislación.
CA7.6.2 FCE-Elaborouse un plan de mellora da calidade que inclúa medidas para mellorar a calidade do servizo, respectando a lexislación.
CA7.7 Elaborouse un plan de recuperación de clientela perdida e definíronse as medidas aplicables.
CA7.7.2 FCE-Elaborouse un plan de recuperación de clientela perdida e definíronse as medidas aplicables.

**4.7.e) Contidos**

Contidos
<p>Incidencias, anomalías e demoras no proceso de atención e información á clientela, e na resolución de queixas e reclamacións.</p> <p>Tratamento das incidencias ou anomalías: medidas correctoras; prazos.</p> <p>Procedementos de control do servizo de atención á clientela: parámetros e técnicas.</p> <p>Avaliación do servizo de atención á clientela e aplicación de medidas correctoras.</p> <p>Métodos para avaliar a eficacia do servizo e o nivel de satisfacción da clientela.</p> <p>Normativa aplicable en materia de atención á clientela: lei de ordenación do comercio polo miúdo; lei de servizos da sociedade da información e o comercio electrónico; lei de protección de datos de carácter persoal.</p>

**Contidos**

Estratexias e técnicas de fidelización da clientela.

Programas de fidelización. Visitas de seguimento á clientela. Información, regalos, descontos e promocións. Servizos adicionais.

**5. Mínimos exixibles para alcanzar a avaliación positiva e os criterios de cualificación**

- CA1.1. Definíronse os conceptos de imaxe e identidade corporativa, e analizouse a súa transcendencia no posicionamento e na diferenciación da empresa ou organización.
- CA1.2. Seleccionáronse os elementos fundamentais de atención á clientela, para transmitir a imaxe axeitada da empresa ou organización.
- CA1.3. Establecéronse os obxectivos do departamento de atención á clientela e as súas funcións en diversos tipos de empresas e organizacións.
- CA1.4. Definíronse as relacións do departamento de atención á clientela co de márketing, o de vendas e outros departamentos da empresa.
- CA1.6. Establecéronse as seccións ou áreas de actividade do servizo de atención á clientela e do servizo posvenda.
- CA1.7. Elaboráronse organigramas de empresas de tipoloxía diversa, tendo en conta as súas características, a súa actividade e a súa estrutura organizativa.
- CA1.8. Valorouse a posibilidade de externalizar o servizo de atención á clientela analizando as funcións dos contact centers e os servizos que prestan ás empresas ou organizacións.
- CA2.1. Definiuse o proceso de comunicación, os elementos que interveñen e os filtros e as barreiras que poidan xurdir nel.
- CA2.2. Diferenciáronse as canles de comunicación interna e externa dunha empresa ou organización.
- CA2.3. Describíronse as fases do proceso de atención ou información á clientela e as técnicas utilizadas en diferentes canles de comunicación.
- CA2.4. Solicitouse a información requirida pola clientela a outros departamentos e/ou organismos, utilizando diversas canles de comunicación coa actitude e forma adecuadas a cada situación.
- CA3.7. Aplicáronse procedementos que garantan a seguridade e a integridade da información e a protección de datos, respectando a normativa.
- CA3.8. Definíronse as canles de acceso á información en materia de atención á clientela, e analizáronse as características de cada unha.
- CA4.1. Definiuse o concepto e o papel da persoa consumidora e usuaria.
- CA4.2. Interpretouse a normativa comunitaria, estatal, autonómica e local que recolle os dereitos das persoas consumidoras e usuarias.
- CA4.3. Identificáronse as institucións e os organismos públicos de protección das persoas consumidoras e usuarias, e describíronse as súas funcións e as súas competencias.
- CA4.4. Identificáronse as principais entidades privadas de protección das persoas consumidoras, e explicáronse as súas funcións e as súas competencias.
- CA4.5. Determináronse as fontes de información fiables que facilitan información en materia de consumo.
- CA4.6. Interpretouse a normativa aplicable á xestión de queixas e reclamacións da clientela e das persoas consumidoras ou usuarias en materia de consumo.
- CA5.1. Caracterizáronse os tipos de consultas, queixas, reclamacións e denuncias da clientela máis habituais en materia de consumo.
- CA5.6. Identificáronse as cláusulas do contrato susceptibles de negociación e elaborouse un plan de negociación que estableza os aspectos que cumpra negociar, a estratexia de negociación e os pasos que haxa que seguir.
- CA6.1. Definíronse os conceptos de mediación e arbitraje de consumo, e explicáronse as súas similitudes e as súas diferenzas substanciais.



- CA6.2. Identifícanse as figuras que interveñen nos procesos de mediación e de arbitraje, e as funcións que desempeñan.
- CA6.3. Describiuse o xeito de iniciar os procesos de mediación e de arbitraje, o seu desenvolvemento e os prazos habituais de resolución.
- CA6.4. Diferenciouse entre arbitraje voluntaria e facultativa, e obrigatoria ou de oficio.
- CA6.5. Definiuse o concepto de laudo arbitral, a forma e os prazos do ditame.
- CA6.6. Establecéronse os principais aspectos que cómpre ter en conta na redacción dunha acta de mediación.
- CA6.7. Confeccionáronse os documentos correspondentes aos procesos de mediación e de arbitraje, e relacionáronse coa súa tramitación.
- CA6.8. Describiuse un proceso de mediación, identificando o obxectivo, redactando a convocatoria, analizando a situación e o desenvolvemento do acto, e redactando a acta de mediación e o acordo de xeito claro e obxectivo.
- CA7.1. Identifícanse as principais incidencias, anomalías e demoras nos procesos de atención á clientela e na xestión de queixas e reclamacións.
- CA7.2. Realizouse o seguimento do proceso de tramitación de queixas e reclamacións, e avaliáronse a forma e os prazos de resolución.
- CA7.4. Redactáronse informes cos resultados e as conclusións da avaliación da calidade, utilizando ferramentas informáticas.
- CA7.6. Elaborouse un plan de mellora da calidade que inclúa medidas para mellorar a calidade do servizo, respectando a lexislación.
- CA7.7. Elaborouse un plan de recuperación de clientela perdida e definíronse as medidas aplicables.

#### CRITERIOS CUALIFICACIÓN

Para a avaliación do alumnado vanse empregar as seguintes técnicas e instrumentos, en xeral:

- Observación directa
- Realización de exames escritos
- Realización de traballos
- 

#### EXAMES

Haberá tantos exames como unidades didácticas e terán que acadar un mínimo dun 5 para superar a avaliación.

Constarán de varias preguntas curtas e tamén na realización de supostos prácticos ou preguntas tipo test. O número de preguntas poderá variar dun exame a outro.

A puntuación de cada exame será indicada no mesmo, e estes serán corrixis de acordo a criterios obxectivos, tomando sempre como referencia os apuntes e textos facilitados ao alumnado.

A nota de cada exame suporá o 75% da nota da avaliación.

Consistirán na realización obrigatoria dun exercicio práctico (escritos, multimedia, etc.) en cada unidade didáctica que terá que acadar un mínimo dun 5 para superar avaliación. A nota de cada traballo suporá o 25% da nota da unidade didáctica.

A nota final resultará da media de notas das unidades didácticas e será consensuada co equipo docente, ademais terase en conta a valoración da empresa respecto os contidos que lle corresponden.

## **6. Procedemento para a recuperación das partes non superadas**

### **6.a) Procedemento para definir as actividades de recuperación**

Ao comezo do curso o profesor indicará ao alumno/a como van ser as probas de avaliación .

O alumno/a, se ten superada todas as avaliacións parciais, non terá que realizar a proba final.

A superación dunha avaliación posterior non implica a superación da anterior, se esta tivese unha cualificación menor do 5, debido a que son contidos diferentes en cada unha delas.

O alumno/a, se non superase algunha das avaliacións, terá dereito a realizar un exame final no mes de xuño nas datas que oportunamente indicará xefatura de estudos na que deberá examinarse da avaliación ou avaliacións que non superara anteriormente.

Con independencia do sinalado o profesor ou profesora poderá recomendar a realización de exercicios e actividades de ter dificultades coa aprendizaxe da materia, para que poida confeccionalos de forma autónoma.

Igualmente poderán establecerse polo profesor ou profesora actividades de reforzo.

### **6.b) Procedemento para definir a proba de avaliación extraordinaria para o alumnado con perda de dereito a avaliación continua**

Pautas para avaliar ao alumno/a con perda do dereito de avaliación continua

- De acordo co artigo 2.3 da orde do 30 de xullo de 2007 e art. 25.3 da Orde de 12.07.11 o alumno/a que acumule un número de faltas de asistencia superior ao 10% das sesións de clase, perderá o dereito a avaliación continua.

1. Elaborarase unha proba combinada que permita cualificar os CA do módulo. Conterá instrucións de realización con indicación de tempos máximos para realízalas e a cualificación máxima por preguntas ou apartados. Consistirá nunha proba de coñecementos por escrito con dúas partes: un cuestionario tipo test e casos prácticos.

2. O alumnado non terá que examinarse das partes superadas antes da perda da avaliación continua.

A proba denominarase Exame Final e a data será indicada por xefatura de estudos.

## 7. Procedemento sobre o seguimento da programación e a avaliación da propia práctica docente

A Programación, como guía que se vai seguir no proceso de ensino aprendizaxe no período dun curso académico e como garantía para o alumnado, debe ser cumprida integramente.

O profesorado do departamento, realizará cunha frecuencia mínima mensual o seguimento das programacións de cada módulo, no cal se reflectirá o grao de cumprimento con respecto á programación e a xustificación razoada no caso de desviacións. A programación será revisada ao inicio de cada curso académico á vista da experiencia do curso anterior e de outras circunstancias. O referido seguimento e revisión constará nas correspondentes actas do departamento ou, de ser o caso, do equipo docente do ciclo.

## 8. Medidas de atención á diversidade

### 8.a) Procedemento para a realización da avaliación inicial

A avaliación inicial ten como obxectivo identificar os coñecementos, destrezas e competencias previas coas que conta o alumno/a antes de comezar a traballar os contidos do módulo. Consideraranse os estudos previos, a experiencia profesional e as vivencias en relación aos contidos de cada Unidade.

Procedementos para a realización da avaliación inicial

- Ao comezo do curso realizarase unha valoración a partir dos datos académicos e de experiencia profesional, que facilite ao profesor ou profesora.
- A tal fin, ao inicio de curso, o profesor/a coordinarase co titor do curso anterior e con outros profesores q para recoller información sobre os coñecementos previos do alumno/a
- Valorará a información dos informes individualizados de avaliación da etapa anteriormente cursada e consultará co departamento de Orientación en caso de detectar necesidades educativas especiais ou que requiran apoio educativo específico.

### 8.b) Medidas de reforzo educativo para o alumnado que non responda globalmente aos obxectivos programados

Cómpre que o alumno/a poida acadar os resultados de aprendizaxe do módulo, adoptando medidas de reforzo e apoio, pero sen que estas afecten de forma significativa á consecución dos resultados de aprendizaxe previstos para cada un dos módulos profesionais, tal e como establece o decreto 114/2010.

A diversidade preséntase no ámbito da formación en múltiples formas e vén expresada por unha serie circunstancias, tales como: coñecementos

previos e experiencias persoais e laborais, motivacións e expectativas ante a aprendizaxe, intereses persoais, profesionais e vocacionais, capacidades xerais ou diferenciadas, ritmos de traballo e de aprendizaxe, situacións persoais e familiares, habilidades e destrezas desenvolvidas, orixe nacional ou étnico diferenciador, contorna socioeconómica do lugar de residencia, discapacidades físicas, psíquicas e/ou sensoriais ou sobredotación intelectual, entre outras.

Débase contemplar a diversidade como fonte de oportunidades e de riqueza, e axeitar os diversos aspectos metodolóxicos ás singularidades do alumno/a.

Se o alumno/a non responde axeitadamente ás actividades programadas aplicaráselle as seguintes medidas en función das súas necesidades:

- Recuperacións das partes non superadas
- Tarefas específicas de reforzo.
- Deseño de actividades secuenciadas que axuden a entender o que se pide.
- Coordinación co equipo docente para tratar o reforzo en competencias clave se resultase necesario. Para isto será preciso realizar unha avaliación en colaboración do departamento de orientación, para detectar necesidades educativas especiais e demandas específicas

## 9. Aspectos transversais

### 9.a) Programación da educación en valores

A LOMCE contempla na súa relación de principios da educación, a transmisión daqueles valores que favorecen a liberdade persoal, a responsabilidade, a cidadanía democrática, a solidariedade, a tolerancia, a igualdade, o respecto e a xustiza, que constitúen a base da vida en común.

Con esta referencia legal, pódense programar unha serie de temas e contidos a traballar de forma transversal a medida que se abordan as distintas unidades didácticas do módulo.

Algúns destes valores que deben ser transmitidos de forma transversal:

- Educación ambiental
- Educación na Prevención de Accidentes
- Educación para a Saúde
- Igualdade de oportunidades / Rexeitamento do Sexismo
- Multiculturalidade
- Traballo en equipo e cooperación

### 9.b) Actividades complementarias e extraescolares

Neste apartado, é conveniente establecer dous escenarios:

#### ESCENARIO DE SEMIPRESENCIALIDADE E/OU DISTANCIA:

As que se poidan desenvolver por sistemas a distancia ou ningunha.

#### ESCENARIO NORMAL

As que se poderían desenvolver en situación de completa normalidade e con autorización da Consellería de Educación:

- Visita a empresas do sector do marketing e a publicidade.
- Ponencias no IES A Guía.
- Visita a eventos

### 10.Outros apartados

#### 10.1) ESCENARIO COMBINADO PRESENCIAL E SEMIPRESENCIAL

1. Este módulo conta cunha aula virtual na plataforma Moodle do IES A Guía, na categoría de Márketing e Publicidade. O alumno/a, unha vez que teña un usuario na plataforma, poderá automatricularse mediante unha chave de automatriculación que lle será dada nas presentacións ou primeiros días de curso.
2. O curso deste módulo na aula virtual está organizado por UD que se irán abrindo conforme se vaia avanzando nos contidos do módulo e contarán como mínimo con ligazóns, ficheiros e tarefas por cada UD, en coherencia coa programación debidamente separadas por etiquetas. As tarefas serán deseñadas de xeito que quede claro o modo de presentación, o fondo e forma da tarefa, os prazos de entrega e se vai ser cualificada os criterios de cualificación e o seu valor en coherencia coa programación. Cada UD contará cun foro de dúbidas.
3. A opción de semipresencialidade organizarase en función das necesidades.
4. Nas primeiras semanas de clase presencial se incidirá no uso da aula virtual, nas pautas a seguir nas titorías a distancia, no uso dos sistemas de videoconferencia e na resolución de problemas técnicos que poida ter o alumnado.
5. Para a realización de tarefas grupais estableceranse instrucións concretas.
6. A incorporación do alumno/a a grupos de mensaxería, farase mediante envío de ligazóns dos grupos ás direccións/números de contacto que constan na matrícula ou a outros proporcionados polo propio alumno/a para que se inclúa neles voluntariamente .





## 10.2) ESCENARIO A DISTANCIA

Se as circunstancias sanitarias obligasen a pasar a un sistema completamente a DISTANCIA, seguiranse as directrices de SEMIPRESENCIAL do apartado anterior, engadindo as seguintes:

1. Unha parte do módulo programarase polos sistema de videoconferencia na plataforma proporcionada pola Consellería de Educación sempre que sexa posible.
2. O resto do horario se organizará con tarefas e actividades propostas ao alumnado distintas das configuradas na programación para explicacións teóricas da persoa docente. Estas actividades poderán serán seguidas por outros sistemas diferentes á videoconferencia tendo en conta que a aula virtual conta con recursos necesarios para a comunicación a distancia.