

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

Código	Centro	Concello	Ano académico
36011579	A Guía	Vigo	2024/2025

**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	2024/2025	5	87	104

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

**Profesorado responsable**

Profesorado asignado ao módulo	MARÍA MERCEDES SOMOZA LÓPEZ
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 contorna. Vigo pode considerarse unha gran cidade e conta cun importante tecido empresarial, oportuno para a incorporación doas alumnas e alumnos do ciclo ao mundo laboral.

O desenvolvemento curricular deste Módulo vaise aplicar no IES A Guía que cumpre as condicións establecidas nos RD do Título e do Currículo en a 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.

## 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	A actividade comercial das empresas	Organización da empresa, organización da atención ao cliente, xestión informática das relacións cos clientes.	20	13
2	Comunicación presencial na atención comercial	O proceso comunicativo, tipos de comunicación, comunicación na atención presencial ao cliente.	17	20
3	Comunicación non presencial na atención comercial	A comunicación non presencial: comunicación telefónica, comunicación escrita, novas formas de comunicación escrita.	18	20
4	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.	18	13
5	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.	20	20
6	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.	11	14

#### 4. Por cada unidade didáctica

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

N.º	Título da UD	Duración
1	A actividade comercial das empresas	20

##### 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.	SI
RA4 - Identifica os organismos e as institucións de protección das persoas consumidoras e usuarias, e analízanse as competencias de cada un.	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.
CA1.2 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.
CA1.5 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.
CA1.7 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.

**Criterios de avaliación**

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.

**4.1.e) Contidos****Contidos**

Atención á clientela nas empresas e organizacións.

Dependencia 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.

Contidos
Dereitos das persoas consumidoras.
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.

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

N.º	Título da UD	Duración
2	Comunicación presencial na atención comercial	17

**4.2.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

**4.2.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.
CA2.2 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.
CA2.4 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.

**4.2.e) Contidos**

Contidos
Comunicación na empresa: información e comunicación.

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

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

N.º	Título da UD	Duración
3	Comunicación non presencial na atención comercial	18

**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
CA2.5 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.

**4.3.e) Contidos**

Contidos
<p>0Comunicación escrita a través da rede (internet e intranet).</p> <p>Correo electrónico e mensaxaría instantánea.</p> <p>Comunicación en tempo real: chat e videoconferencia.</p> <p>Comunicación diferida (foros).</p> <p>Comunicación telefónica: regras; uso das novas tecnoloxías.</p> <p>Comunicación escrita: regras. Tipos de cartas e documentos escritos. Comunicaci3ns formais.</p>

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

N.º	Título da UD	Duración
4	Detección, atención e tramitación de queixas e reclamaci3ns	18

**4.4.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 analizáronse as competencias de cada un.	NO
RA5 - Xestiona as queixas e as reclamaci3ns da clientela e das persoas consumidoras ou usuarias, aplicando técnicas de comunicaci3n e negociaci3n, para alcanzar soluci3ns de consenso entre as partes.	SI
RA6 - Describe os procesos de mediaci3n e de arbitraje de consumo para resolver situaci3ns de conflito en materia de consumo, aplicando a lexislaci3n.	SI

**4.4.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificaci3n da consecuci3n dos obxectivos por parte do alumnado**

Criterios de avaliación
CA4.6 Interpretouse a normativa aplicable á xestión de queixas e reclamaci3ns da clientela e das persoas consumidoras ou usuarias en materia de consumo.
CA5.1 Caracterizáronse os tipos de consultas, queixas, reclamaci3ns e denuncias da clientela máis habituais en materia de consumo.

Criterios de avaliación
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.
CA5.7 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.
CA6.1 Definíronse os conceptos de mediación e arbitraje de consumo, e explicáronse as súas similitudes e as súas diferenzas substanciais.
CA6.2 Identificáronse 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.
CA6.8 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.



**4.4.e) Contidos**

Contidos
Tipos de consultas, queixas, reclamacións e denuncias máis habituais en materia de consumo.
OPlan 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.
Xuntas arbitrais: organigrama funcional e procedemento.
Laudos arbitrais.

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

N.º	Título da UD	Duración
5	Organización e arquivo da documentación	20

**4.5.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.	SI

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

Criterios de avaliación
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.
CA3.8 Definíronse as canles de acceso á información en materia de atención á clientela, e analizáronse as características de cada unha.

**4.5.e) Contidos**

Contidos
Técnicas de organización e arquivo de documentación. Necesidade, finalidade e funcións do arquivo.
Acceso á información. Realización de consultas.
Transmisión de información na empresa. Elaboración de informes.
Protección de datos: normativa legal.
Sistemas de clasificación, catalogación e arquivo de documentos.

Contidos
<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>

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

N.º	Título da UD	Duración
6	Control da calidade e mellora do servizo	11

**4.6.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.	SI

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

Criterios de avaliación
CA7.1 Identificáronse 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.
CA7.3 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.

**Crterios de avaliación**

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.

CA7.7 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.

**4.6.e) Contidos****Contidos**

Incidencias, anomalías e demoras no proceso de atención e información á clientela, e na resolución de queixas e reclamacións.

Tratamento das incidencias ou anomalías: medidas correctoras; prazos.

Procedementos de control do servizo de atención á clientela: parámetros e técnicas.

Avaliación do servizo de atención á clientela e aplicación de medidas correctoras.

Métodos para avaliar a eficacia do servizo e o nivel de satisfacción da clientela.

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.

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****5.1. MÍNIMOS EXIXIBLES**

Os mínimos exixibles son os reflectidos no apartado 4c da programación para cada unidade didáctica.

## 5.2. CRITERIOS DE CUALIFICACIÓN NAS AVALIACIÓNS PARCIAIS TRIMESTRAIS

Os seguintes criterios teranse en conta á hora de calcular a cualificación de cada período de avaliación parcial:

- Probas escritas (un exame por cada avaliación): 100% da nota.
- A estrutura das probas consistirá en preguntas tipo test, de resposta breve e/ou exercicios prácticos.
- A correspondente avaliación superarase se obteña polo menos unha cualificación de 5,00 sobre 10,00.
- Aqueles alumnos que incorresen en actos maliciosos para falsear o resultado das diferentes probas de avaliación, como é copiar ou plaxiar, terán a cualificación mínima (1).

## 5.3. CUALIFICACIÓNS FINAL DO MÓDULO

A cualificación final do módulo obterase calculando a media das cualificacións das avaliacións, tendo en conta o especificado para os alumnos que deban recuperar algunha avaliación.

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

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

Para aquelas persoas que non aprobasen algunha avaliación por non acadar os obxectivos mínimos, programaranse actividades de recuperación e reforzo, que poden consistir en explicar novamente os contidos básicos, realizar actividades teóricas e prácticas e resolver dúbidas.

Finalmente, estas persoas farán probas escritas de recuperación da avaliación suspensa. A cualificación obtida nesa avaliación tralo exame de recuperación corresponderase coa nota da proba escrita, é dicir, o criterio de cualificación será 100% a nota do exame.

Para superar o módulo deberán acadar, na media das avaliacións, unha nota mínima de 5 puntos sobre 10. En caso de non recuperar algunha das avaliacións a nota final non pode ser superior a 4.

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

A perda do dereito á avaliación continua prodúcese ao ter un 10% de faltas non xustificadas

O alumno ou alumna que perdesse o dereito a avaliación continua, terá que realizar unha proba extraordinaria ao rematar o módulo, sempre antes da avaliación final.

Esta proba recollerá o sinalado nos criterios de avaliación, conterá preguntas de desenvolvemento, de tipo test (respostas alternativas), e/ou supostos prácticos, de xeito que o alumno/a acredite ter acadado os obxectivos xerais e específicos do módulo de acordo co establecido nesta programación

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

Valorarase mensualmente segundo os procedementos establecidos

## 8. Medidas de atención á diversidade

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

Consistirá nunha presentación dos alumnos/as na aula e na realización dunha proba inicial de coñecemento que servirá para valorar o nivel formativo do grupo.

Posteriormente, en común co equipo docente, farase unha valoración máis axustada.

Novamente, e de forma continua, farase un seguimento do alumnado en colaboración co titor/a e outros membros da comunidade docente.

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

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 o aprendizaxe, interese 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.

Por todo o anterior, a atención personalizada ao alumno/a na aula será a medida de reforzo principal. Ademais empregaranse outras ferramentas de apoio tales como:

- Recuperacións das partes non superadas
- Tarefas específicas de reforzo.
- Introducción de estratexias e ferramentas que reforcen a adquisición de competencias
- Deseño de actividades secuenciadas que axuden a entender o que se pide.

De forma complementaria poderanse establecer medidas adaptadas ás circunstancias particulares do alumno/a en colaboración co Departamento de Orientación.

## 9. Aspectos transversais

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

A LOE 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.

Transmitiranse tamén valores cívicos e de consumo sostible que fagan que os alumnos/as adquiren maior compromiso cidadán e de respecto á sociedade. Ademais trataranse de introducir valores de carácter profesional útiles no mundo laboral (traballo en equipo, disciplina, responsabilidade, resiliencia, tolerancia, cooperación...).

Así ben, deberanse traballar co alumnado estes e outros valores de forma transversal e simultánea á transmisión de coñecementos.

### 9.b) Actividades complementarias e extraescolares

Faranse aquelas que se fixen no departamento da familia profesional