IES MIGUEL ROMERO ESTEO – MÁLAGA. DEPARTAMENTO COMERCIO Y MARKETING

PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO Nº 5133
ATENCIÓN AL CLIENTE, CONSUMIDOR Y/O USUARIO DE COMERCIO ELECTRÓNICO

TOTALES HORAS: 120 HORAS. SEMANALES: 4
CICLO FORMATIVO: CURSO DE ESPECIALIZACIÓN EN COMERCIO ELECTRÓNICO
GRUPO: CECE

CURSO 2026_2027

PROFESORES: Álvaro Banderas Moreno

Fecha de entrega: octubre 2026
Fecha de revisiones:

Índice de la programación:

COMPETENCIAS: ***3***

Competencia general del título: Artículo 4 del RD que lo regula. **3**

Unidades de competencia asociadas al módulo. **3**

Competencias profesionales, personales y sociales. **3**

OBJETIVOS GENERALES ASOCIADOS AL MÓDULO ***4***

Relación de los Objetivos Generales del Ciclo con los Resultados de Aprendizaje. **4**

METODOLOGÍA, MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS UTILIZADOS: ***5***

Descripción de las actividades de enseñanza y aprendizaje. 5

Materiales y recursos didácticos utilizados. 5

Relación de unidades y resultados de aprendizaje: 6

EVALUACIÓN CRITERIAL DE LAS COMPETENCIAS. ACTIVIDADES, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN: ***7***

RA 1 7

RA 2 8

RA 3 9

RA 4 10

RA 5 11

RA 6 12

PONDERACIÓN RESULTADOS DE APRENDIZAJE: 13

EVALUACIÓN ALTERNATIVA. 13

ACTIVIDADES DE RECUPERACIÓN Y MEJORA DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS EN LA EVALUACIÓN PREVIA A LA EVALUACIÓN FINAL FP. 13

INCORPORACIÓN DE LOS CONTENIDOS DE CARÁCTER TRANSVERSAL AL CURRÍCULO. ***14***

MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD Y ALUMNADO CON N.E.A.E. ***14***

ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES RELACIONADAS CON ESTE MÓDULO. ***14***

AUTOEVALUACIÓN ***15***

COMPETENCIAS:

Competencia general del título:

Real Decreto 565/2024, de 18 de junio, por el que se establece el Curso de especialización de Formación Profesional de Grado Superior en Comercio electrónico y se fijan sus enseñanzas mínimas.

Artículo 4 del RD. La competencia general de este título consiste en administrar plataformas de comercio electrónico, gestionar campañas de marketing relacional segmentadas y enfocadas a la clientela online, optimizar la logística de pedidos online y ejecutar acciones del servicio de atención a la clientela, persona consumidora y persona usuaria que compra por internet, cumpliendo con la normativa vigente aplicable.

Unidades de competencia asociadas al módulo.

a) Gestión del comercio electrónico COM709_3 (Real Decreto 297/2021, de 27 de abril) que comprende las siguientes unidades de competencia:

UC2387_3: Gestionar plataformas de comercio electrónico.

UC2388_3: Administrar sistemas relacionales de gestión de clientes y/o usuarios (CRM).

UC1005_3: Colaborar en la optimización de la cadena logística con los criterios establecidos por la organización.

b) Atención al cliente, consumidor o usuario COM087_3: (Real Decreto 295/2004, de 20 de febrero, Real Decreto 109/2008, de 1 de febrero, Real Decreto 930/2020, de 27 de octubre, Orden EFP/63/2021, de 21 de enero) que comprende las siguientes unidades de competencia:

UC0245_3: Gestionar las quejas y reclamaciones del cliente/consumidor/usuario.

Competencias profesionales y de empleabilidad

Las competencias profesionales y para la empleabilidad de este curso de especialización son las que se relacionan a continuación:

a) Mantener y optimizar el funcionamiento de una plataforma de comercio electrónico, asegurando su disponibilidad, usabilidad y fiabilidad, con el fin de asegurar el nivel de servicio establecido por la organización.

b) Gestionar la información comercial alojada en la plataforma de comercio electrónico de acuerdo con los estándares previamente establecidos por la organización, su estrategia comercial y la normativa aplicable, con el fin de mantenerla actualizada y optimizada.

c) Monitorizar los indicadores clave de rendimiento (KPIs) de la plataforma de comercio electrónico, aplicando las acciones de optimización necesarias para que los resultados de las actuaciones se ajusten a los objetivos previstos por la organización.

d) Segmentar la base de datos del sistema de gestión de la clientela y/o personas usuarias (CRM) a partir de datos de personas usuarias fiables y de perfiles previamente definidos, con el fin de identificar nuevas oportunidades comerciales, personalizar la atención y fidelizar, respetando la normativa de protección de datos de carácter personal vigente.

e) Ejecutar acciones de dinamización y optimización de campañas de marketing relacional, con el fin de adecuarse a los cambios, alcanzar los objetivos establecidos en la estrategia comercial de la organización y garantizar un servicio de calidad.

f) Monitorizar los indicadores clave de rendimiento (KPIs) de las campañas de marketing relacional dirigidas a la clientela de comercio electrónico, aplicando las acciones de optimización necesarias para que los resultados de las actuaciones se ajusten a los objetivos previstos por la organización.

g) Coordinar las actividades de la cadena logística del comercio electrónico, realizando el seguimiento de mercancías, la gestión de devoluciones y el control de incidencias de acuerdo con los protocolos, nivel de servicio y de calidad establecidos por la empresa.

h) Elaborar un presupuesto del servicio logístico de tiendas online, calculando los costes en función de las variables que intervienen en la ejecución del servicio de distribución y considerando sus posibles desviaciones.

i) Gestionar la relación con las personas proveedoras de la cadena logística del comercio electrónico, utilizando los sistemas de información y comunicación adecuados.

j) Identificar adecuadamente la consulta, queja o reclamación de la clientela/persona consumidora/persona usuaria de comercio electrónico, deduciendo líneas de actuación, informando y orientando, siguiendo protocolos corporativos establecidos, y aplicando la normativa vigente.

k) Derivar quejas y reclamaciones de comercio electrónico hacia los departamentos de empresa y/o organismos externos competentes para gestionarlas, promoviendo la resolución del conflicto, controlando el proceso documental, y detectando anomalías o retrasos en el procedimiento.

l) Adaptarse a las nuevas situaciones laborales originadas por cambios tecnológicos y organizativos en su actividad laboral.

m) Cumplir las tareas propias de su nivel con autonomía y responsabilidad, efectuándolas de forma individual o como miembro de un equipo de trabajo.

n) Comunicarse eficazmente, respetando la autonomía y competencia de las personas que intervienen en su ámbito de trabajo.

ñ) Cumplir las normas de calidad, de accesibilidad universal y diseño para todos que afectan a su actividad profesional.

o) Actuar con espíritu emprendedor e iniciativa personal en la elección o aplicación de los procedimientos de su actividad profesional.

p) Ejercer sus derechos y cumplir con las obligaciones derivadas de su actividad profesional, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente, participando activamente en la vida económica, social y cultural.

METODOLOGÍA, MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS UTILIZADOS:

Descripción de las actividades de enseñanza y aprendizaje.

La metodología didáctica que se aplicará en el Curso de Especialización en Comercio Electrónico se orienta a un modelo de aprendizaje práctico, transversal y enfocado a la simulación profesional, diseñado para que el alumnado alcance de manera efectiva la totalidad de los resultados de aprendizaje y criterios de evaluación establecidos.

Como eje vertebrador de la aplicación práctica y la interconexión de contenidos, el alumnado participará en un proyecto transversal de gestión de tiendas online. Este proyecto está diseñado para simular los procesos integrales de un negocio de e-commerce, lo cuál requiere que el alumnado aplique de forma coordinada los conocimientos de todos los módulos. Con el objetivo de fomentar la adaptabilidad tecnológica y la capacidad de trabajar en diversos escenarios profesionales, la gestión de este proyecto se realizará utilizando y comparando diferentes plataformas de e-commerce, incluyendo soluciones SaaS y de código abierto.

No obstante, la evaluación y la dedicación del alumnado en cada módulo no dependen exclusivamente del avance de este proyecto transversal. El equipo docente, a través de la programación específica de cada módulo, equilibra el trabajo en el proyecto con la realización de actividades concretas enfocadas estrictamente en los resultados de aprendizaje de cada módulo. De esta manera, la actividad de aprendizaje se centra en la ejecución de tareas específicas y especializadas (como la resolución de casos prácticos, simulaciones, pruebas escritas o la elaboración de estudios y presentaciones sobre el entorno y tendencias del sector). Esto asegura que el dominio de las competencias técnicas particulares de cada módulo sea exhaustivo.

Métodos didácticos

La metodología utilizada debe buscar enfrentar al alumno/a a la simulación de casos prácticos sobre procesos de trabajo reales. Se promoverán las actividades con un marcado componente práctico y contextualizadas en el entorno profesional dada la naturaleza inherentemente práctica del módulo de Atención al Cliente, consumidor y/o usuario de comercio electrónico**.**

Asimismo, se debe servir para favorecer en el alumnado la capacidad para aprender por sí mismo y para trabajar dentro de un equipo. Debemos fomentar la capacidad de "aprender a aprender" en el alumnado, siendo ésta la capacidad para proseguir y persistir en el aprendizaje, de organizar el propio aprendizaje y que conlleva realizar un control eficaz del tiempo y la información, individual y grupalmente. Esta competencia es fundamental para el aprendizaje permanente a lo largo de la vida y que tiene lugar en distintos contextos formales y no formales, siendo cruciales la motivación y la confianza de la persona.

Las actividades estarán graduadas en dificultad y debidamente organizadas y enlazadas entre sí para conseguir un fin determinado que dé un sentido práctico y contextualizado a los contenidos de la unidad. Se propiciará el aprendizaje significativo, activo, participativo y motivador. Se realizarán:

- Actividades iniciales o de detección de los conocimientos previos: dinámicas, preguntas y respuestas, vídeo introductorio, lecturas, puesta en común…
- Actividades de desarrollo, ampliación y refuerzo.
- Actividades y dinámicas de evaluación.

Las sesiones formativas se llevarán a cabo a través de los siguientes métodos didácticos:

- **Método constructivista del aprendizaje**, de forma que el alumnado sea partícipe del proceso y partiendo de sus conocimientos previos, la investigación personal y/o profesional, el contacto con la realidad de su entorno y las experiencias del grupo clase, puedan plantearse cuestiones de investigación centrándose en el interés del alumnado y que estos se conviertan en participantes totalmente activos de su propia formación.

  ¿Cómo lo haremos? Gracias a la evaluación inicial y mediante la introducción de cada una de las unidades se ponen de manifiesto los conocimientos y experiencias previas de los alumnos/as lo que permite realizar una introducción gracias a la puesta en común y mediante actividades, dinámicas, casos prácticos introductorios, vídeos o documentales. Posteriormente se llevarán a cabo tareas de investigación relacionadas con los aspectos que se hayan puesto de manifiesto en la puesta en común, siendo mi labor como profesora orientarlos hacia aquellos aspectos necesarios para la adquisición de las competencias. Durante todas las sesiones el alumnado podrá realizar aportaciones que sirvan para enriquecer el desarrollo de las mismas y que servirán para profundizar en la unidad, en aspectos concretos de la misma o en su aplicación en el ámbito profesional específico o del entorno. Por ello siempre se hará referencia a los aspectos que ya conocen y, si se diese el caso, en su experiencia laboral en empresas. El objetivo, que el proceso de aprendizaje tenga significado para los

alumnos/as y en todo momento sientan que lo que aprenden les sirve realmente en el entorno donde quieren desarrollarse profesionalmente (aprendizaje significativo).

- **Método de trabajo cooperativo**, donde el aprendizaje colaborativo esté presente en todo momento. Este método cobra aún mayor importancia en este módulo donde el alumnado tiene que aprender a dirigir y a formar parte de un grupo de trabajo. ¿Cómo lo haremos? Por medio de trabajos grupales, así como la posibilidad de crear documentos colaborativos con alguna/s de las numerosas herramientas a nuestra disposición.
- **Método expositivo**: en el que por medio de mis presentaciones y explicaciones pueda ayudar al alumnado al inicio de cada acto didáctico sobre los objetivos a alcanzar y contenidos específicos a tratar. Esta exposición además de servir para presentar los contenidos al alumnado, es un instrumento de evaluación inicial para contrastar los conocimientos previos y para llamar la atención del alumnado sobre los conceptos a tratar. Estas exposiciones promoverán la participación activa de los alumnos/as en el proceso de aprendizaje.

Actividades de enseñanza-aprendizaje

En cuanto a las actividades de aprendizaje, podemos clasificarlas en:

- Actividades de inicio como casos prácticos, dinámicas, debates, búsquedas, artículos o lluvias de ideas.
- Actividades de desarrollo: como las demostrativas (docencia directa o visita de expertos), las de investigación y aplicación (actividades de clase, casos prácticos, problemas, retos, trabajos prácticos…).
- Actividades de síntesis y evaluación como tipo test, resúmenes y esquemas.
- Actividades de refuerzo y ampliación. Las actividades de refuerzo estarán centradas en aquellas capacidades que el alumnado no haya podido alcanzar. Las actividades de ampliación estarán enfocadas al alumnado que ha ido adquiriendo las capacidades necesarias durante la unidad y al que se le encomienda la investigación, profundización o resolución de tareas que lograrán enriquecer su conocimiento. En este punto, se contempla la posibilidad de que aquellos alumnos/as que hayan ido adquiriendo las competencias se conviertan en "tutores" de aquellos que aún no las han adquirido.

Con todo lo anterior se pretende fomentar la iniciativa del alumno/a (muy importante en la toma de decisiones) y el autoaprendizaje desarrollando capacidades de comprensión y análisis, relación, búsqueda y manejo de la información.

Materiales y recursos didácticos utilizados.

1. Plataforma Moodle Centros y aula virtual.
2. Servidor con los puestos de Prestashop.
3. Servidor con los puestos de Wordpress.com.
4. Ordenador del profesorado con dispositivo de proyección y acceso a Internet.
5. Ordenadores para el alumnado con acceso a Internet.
6. Libros, webs, artículos y textos especializados.
7. Recursos digitales gratuitos.
8. Material creado por la profesora.

Relación de unidades y resultados de aprendizaje:

UNIDAD	Nombre	Resultado de aprendizaje	Criterios de evaluación	Observaciones
		1ª EVALUACIÓN		
1	DEPARTAMENTO DE ATENCIÓN AL CLIENTE, CONSUMIDOR O USUARIO	RA1	a), b)	
2	TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN	RA1	a), b), c), d), e), f)	
3	LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR	RA2	a), b), c), d), e), f)	
4	GESTIÓN Y SOLUCIÓN DE QUEJAS Y RECLAMACIONES: PROCESOS DE MEDIACIÓN Y ARBITRAJES	RA3 RA4	a), b), c), d), e) a), b), c), d), e)	DUAL
5	ELABORACIÓN DE UN PLAN DE CALIDAD Y MEJORA DEL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE	RA5	a), b), c), d), e)	

EVALUACIÓN CRITERIAL DE LAS COMPETENCIAS. ACTIVIDADES, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN:

En las siguientes tablas se desarrolla el sistema de evaluación de esta programación, dentro del marco legal de la Orden de 18 de septiembre de 2025, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

Se establecerán tres tipos de evaluación:

- Evaluación inicial: Reflejará la situación de partida del alumnado y quedará recogido en Séneca. En este año cobrará especial atención detectar el alumnado con brecha digital.
- Una sesión de evaluación parcial: Indicará si se están alcanzando los objetivos educativos, y si hay que introducir correcciones. Se realizará en febrero.
- Una evaluación final: Recogerá la situación alcanzada tras las actividades propuestas al finalizar el curso escolar. También recogerá el resultado final de los R.A.

La calificación de la última evaluación previa a la evaluación final FP informará del resultado final del módulo, entendiéndose que una calificación positiva conlleva la superación de todos los resultados de aprendizaje y por consiguiente la superación del módulo.

Tal y como establece el artículo 2.4 de la citada Orden, en virtud de lo establecido del artículo 27.5 y 27.6 del Decreto 147/2025, de 17 de septiembre, en la modalidad presencial y en la parte presencial de la modalidad semipresencial, la evaluación continua de los aprendizajes requerirá la asistencia regular y obligatoria, tanto en el centro docente como en la fase de formación en empresa u organismo equiparado, de al menos el 80 por ciento de la duración total del módulo, ámbito o proyecto, a partir de la fecha en la que el alumnado se haya matriculado.

Así mismo, el artículo 2.7 de la citada Orden establece que la evaluación del alumnado será realizada por el profesorado que imparta cada módulo. Cuando los módulos sean impartidos por personal experto, la persona que ocupe la jefatura de departamento o, en su caso, la persona titular de la dirección del centro docente, compartirá la responsabilidad de la programación didáctica y de la evaluación de tales módulos y ambos firmarán los documentos de evaluación. La calificación final de cada módulo o proyecto se establecerá mediante la aplicación de la ponderación definida en la programación didáctica a los criterios de evaluación asociados a cada una de las actividades formativas desarrolladas a lo largo del proceso de enseñanza-aprendizaje.

Cuando los resultados de aprendizaje se adquieran tanto en el centro docente como en la empresa u organismo equiparado, la evaluación será responsabilidad del

personal docente o, en su caso, de la persona experta. En este último supuesto, la evaluación se llevará a cabo conjuntamente con la persona titular de la jefatura de departamento correspondiente o la persona titular de la dirección del centro. La persona encargada de la tutoría dual de empresa colaborará en la evaluación mediante la valoración cualitativa de las actividades desarrolladas en la empresa u organismo equiparado vinculadas a los resultados de aprendizaje que se hayan trabajado conjuntamente entre centro de formación y la empresa u organismo equiparado.

RA1. Identifica adecuadamente la consulta, queja o reclamación de la clientela/persona consumidora/persona usuaria online de comercio electrónico, deduciendo líneas de actuación.

Criterios de evaluación	UNIDADES	% sobre el total MP.	Actividad/Instrumentos evaluación.
a) Se han identificado adecuadamente el interlocutor y la empresa con la clientela/persona consumidora/persona usuaria de comercio electrónico al iniciar la relación presencial, telefónica o telemática.	1,2	4,45%	Los instrumentos de evaluación serán pruebas escritas (teórico-prácticas) y/o prácticas
b) Se ha adoptado la actitud correcta durante la atención al cliente: modos amables, interés por el interlocutor y su petición.	1,2	4,45%	
c) Se ha atendido la petición con diligencia y por el canal establecido para la atención a la clientela/persona consumidora/persona usuaria de comercio electrónico.	2	4,45%	
d) Se han ordenado los hechos cronológicamente y determinado las partes intervinientes, obteniendo una idea general del objeto de la consulta, queja o reclamación.	2	4,45%	
e) Se han identificado y valorado los siguientes elementos en los aspectos puntuales del relato, concretando el contexto que rodea la situación expuesta por el solicitante	2	4,45%	
f) Se ha deducido si la respuesta puede ser inmediata, aplazada o si es posible que la persona consumidora presente denuncia o reclamación, para la adopción de las medidas que se requieran en el procedimiento establecido.	2	4,45%	

Contenidos:

- Recepción y Primer Contacto Digital:
  - Protocolos de Atención: Presencial, telefónica y telemática (chat, email, RRSS).
  - Habilidades Blandas (Soft Skills): Empatía, escucha activa, asertividad y tono de marca digital. Modos amables y gestión de la frustración del cliente.
- Análisis Inicial y Cualificación de la Petición:
  - Técnicas de Recopilación de Información: Ordenación cronológica de los hechos y determinación de las partes. Detección de lagunas e información faltante.
  - Análisis del Relato: Distinción entre hechos objetivos y elementos subjetivos (interpretaciones, emociones) del cliente.
  - Detección del Objetivo: Clasificación de la petición: simple consulta (información), queja (disconformidad) o reclamación (exigencia formal).
- Determinación de la Línea de Actuación:
  - Tipos de Respuesta: Inmediata (Quick Win), Aplazada (requiere investigación), Derivación (requiere escalado).

- Procedimiento Interno: Identificación de la prioridad y las medidas internas a adoptar (activación de departamentos, reserva de producto, etc.).

Evaluación: 1ª	**Objetivos generales**:

Este resultado de aprendizaje se alcanza superando los criterios de evaluación con una calificación de 5 puntos

RA 2. Informa y orienta a la persona consumidora de sus derechos y de posibles mecanismos de mediación/arbitraje en relación con la cuestión planteada, siguiendo protocolos establecidos y aplicando la normativa vigente sobre comercio electrónico.

Criterios de evaluación	**UNIDADES**	**%**	**Actividad/Instrumentos evaluación..**
a) Se han pospuesto las respuestas aplicando un criterio de prudencia y adoptando una actitud correcta cuando las consultas son complejas y requieren la búsqueda de información/solución.	3	4,45%	Los instrumentos de evaluación serán pruebas escritas (teórico-prácticas) y/o prácticas
b) Se ha orientado a la persona consumidora/usuaria para que exprese claramente su problema en la cumplimentación de la documentación de consumo (formulario de desistimiento, hojas de reclamaciones, otras).	3	4,45%	
c) Se han especificado adecuadamente los mecanismos de mediación/arbitraje y los documentos necesarios que ha de presentar para la tramitación y verificación del fundamento de la reclamación/consulta (facturas, contratos, presupuestos, resguardos, folletos, etc.) en la información que se suministra a la persona consumidora.	3	4,45%	
d) Se ha identificado la fuente de información más fiable y obtenido los datos necesarios por medios convencionales o electrónicos ante la consulta planteada, cumpliendo los procedimientos establecidos para su resolución.	3	4,45%	
e) Se ha elaborado la respuesta a la consulta planteada, en su caso, describiendo clara y ordenadamente posibles situaciones y vías de actuación.	3	4,45%	
f) Se ha transmitido la solución a la consulta planteada a la clientela/persona consumidora/persona usuaria mediante cita,	3	4,45%	

correo postal, teléfono o a través de medios electrónicos, en tiempo y forma establecidos.			

Contenidos:

- Gestión de la Información y Búsqueda de Solución:
  - Criterio de Prudencia: No dar respuestas inmediatas en casos complejos. Pospuesta formal de la respuesta (plazos legales y de empresa).
  - Fuentes de Información Fiables: Uso de bases de datos internas, documentación legal (LSSICE, TRLGDCU) y jurisprudencia de consumo.
- Derechos del Consumidor en E-commerce:
  - Normativa Específica: Derechos de desistimiento (plazos, excepciones), garantías legales y servicio postventa en el entorno digital (Ley de Consumidores, Venta a Distancia).
  - Orientación Documental: Ayuda en la cumplimentación de formularios (desistimiento, hojas de reclamaciones) y recolección de pruebas (facturas, contratos, emails).
- Mecanismos Extrajudiciales de Resolución de Conflictos (ADR/ODR):
  - Sistema Arbitral de Consumo: Principios y funcionamiento. Requisitos de adhesión de la empresa.
  - Plataforma ODR (Online Dispute Resolution) de la UE: Uso obligatorio en E-commerce para reclamaciones transfronterizas. Mecanismos de Mediación.
  - Documentación Requerida: Especificación clara de los documentos para la verificación (trazabilidad, prueba de compra, etc.).
- Elaboración y Comunicación de la Respuesta:
  - Estructura de la Respuesta: Claridad, orden, descripción de las vías de actuación y respaldo normativo.
  - Canales Formales de Comunicación: Correo certificado, correo electrónico con acuse de recibo o sistema de ticketing formal, asegurando la trazabilidad de la comunicación.

Evaluación: 1ª - 2ª Objetivos generales:
Este resultado de aprendizaje se alcanza superando los criterios de evaluación con una calificación de 5 puntos.

RA 3. Deriva quejas y reclamaciones hacia los departamentos de empresa y/o entidades y organismos competentes para gestionarlas, satisfaciendo el objetivo o interés de la persona consumidora en la resolución del conflicto.

Criterios de evaluación	UNIDADES	% sobre el total MP.	Actividad/Instrumentos de evaluación.
a) Se han determinado las prioridades de forma conjunta con el equipo profesional en la ejecución del plan de actuación previamente establecido por la empresa/organización, en función de la complejidad del problema y de acuerdo con las pautas establecidas.	4	4,45%	Los instrumentos de evaluación serán pruebas escritas (teórico-prácticas) y/o prácticas
b) Se han identificado adecuadamente los departamentos de empresa, organismos, instituciones y/o instancias con competencias para resolver el problema.	4	4,45%	
c) Se han presentado las reclamaciones en tiempo, forma y contenido, siguiendo el procedimiento administrativo establecido por la ley y/o, en su caso, por la organización y/o empresa, utilizando medios convencionales o electrónicos.	4	4,45%	
d) Se ha verificado la recepción correcta y tratamiento de la reclamación con el departamento de empresa/organismo ante la que se ha presentado.	4	4,45%	
e) Se ha facilitado información sobre las fases de tramitación de la reclamación a la clientela/persona consumidora/persona usuaria de comercio electrónico, utilizando medios convencionales o electrónicos.	4	4,45%	

Contenidos:

- Escalamiento y Coordinación Interdepartamental
- Formalización de la Reclamación:
- Trazabilidad y Transparencia con el Cliente:

.

Evaluación: 1ª	**Objetivos generales**:

Este resultado de aprendizaje se alcanza superando los criterios de evaluación con una calificación de 5 puntos.

RA 4. Controla el proceso de reclamación de consumo en el ámbito del comercio electrónico, detectando anomalías o retrasos.

Criterios de evaluación	UNIDADES	% sobre el total MP.	Actividad/Instrumentos de evaluación.
a) Se ha realizado el seguimiento de la reclamación tramitada ante organismos/empresas, obteniendo información de la fase en que se encuentra y adoptando, en su caso, medidas en el momento preciso.	4	4,45%	ACTIVIDADES DUALES*
b) Se ha verificado que las respuestas llegan en forma y plazo establecidos.	4	4,45%	
c) Se ha informado/orientado a la persona reclamante de cada actuación y resultado obtenido, ya sea de forma oral, escrita y/o por medios electrónicos, señalando las posibles opciones a decidir por parte de la clientela/persona consumidora/persona usuaria de comercio electrónico.	4	4,45%	
d) Se ha organizado y procesado la información recogida, aplicando técnicas de archivo, estadísticas y, en su caso, de tratamiento informático de la información para facilitar el análisis posterior de los datos	4	4,45%	
e) Se han detectado anomalías o retrasos durante el control del proceso de reclamación, identificando posibles soluciones y escalándolas al área corporativa responsable.	4	4,45%	

Contenidos del RA 4:

- Monitoreo y Auditoría del Proceso de Reclamación: Control de Plazos, Información al Reclamante
- Gestión de la Información Post-Reclamación: Archivo y Clasificación: Técnicas de archivo digital y categorización de los casos (motivos, costes, resolución).
- Detección y Gestión de Riesgos.

Evaluación: 2ª	**Objetivos generales**:

Este resultado de aprendizaje se alcanza superando los criterios de evaluación con una calificación de 5 puntos

RA 5. Identifica oportunidades de mejora de la calidad de sistemas, procedimientos y herramientas del comercio electrónico, escuchando la voz de la clientela a través de todos los canales habilitados.

Criterios de evaluación	UNIDADES	% sobre el total MP.	Actividad/Instrumentos de evaluación.
a) Identifica personas usuarias y/o clientela de comercio electrónico dispuestos a proporcionar información de calidad sobre la mejora de sistemas, procedimientos y/o herramientas empleados, con el fin de incentivar su comportamiento.	5	4,45%	Los instrumentos de evaluación serán pruebas escritas (teórico-prácticas) y/o prácticas
b) Revisa las opiniones de producto/servicio vertidas en canales propios (web/blog corporativo, tienda online, redes sociales, etc.), así como en medios ajenos (redes sociales, foros, directorios, marketplaces, etc.), identificando aspectos de mejora concretos.	5	4,45%	
c) Analiza los productos y/o servicios que las personas usuarias intenta localizar utilizando el buscador interno de la web/tienda online, identificando necesidades no satisfechas y/o una arquitectura de la información deficiente.	5	4,45%	
d) Revisa las conversaciones comerciales mantenidas a través del chat de la web/tienda online, identificando frases literales y términos empleados por personas usuarias y/o clientela para referirse a los productos/servicios y que sean susceptibles de ser incorporados a los argumentarios de ventas y textos publicitarios.	5	4,45%	
e) Analiza el contenido de quejas y sugerencias en redes sociales, identificando y caracterizando el problema con las frases literales y términos empleados por las personas usuarias y/o clientela.	5	4,45%	

Contenidos:

- Escucha Activa y Voice of the Customer (VoC):
  - Canales de Recogida de Feedback: Encuestas de satisfacción (CSAT, NPS), reseñas de producto, foros, marketplaces y redes sociales.
  - Detección de Early Adopters: Identificación de clientes dispuestos a colaborar en la mejora (pruebas Beta, grupos focales).
- Análisis del Comportamiento de Búsqueda:
  - Análisis del Buscador Web.
  - Mejora de la Arquitectura de la Información.
- Análisis de Chatlogs y Tickets.
- Aplicación al Copywriting:
- Clasificación de Quejas en RRSS:

Evaluación: 2ª	**Objetivos generales**:

(*) Para ver la relación de actividades se pueden consultar en el programa formativo.

Actividad de evaluación	**Técnicas de evaluación**	**Instrumentos de evaluación**
Caso práctico	Ejecución práctica	Rúbricas
Exposición oral	Observación	Guía de Evaluación
Trabajo	Ejecución oral	Observación
Examen	Escrita	Solucionario

ESTRUCTURA DEL MÓDULO POR RA:

RESULTADO DE APRENDIZAJE	**% sobre total módulo**	**¿Obligatorio superarlo?**	**HORAS PREVISTAS**	**FORMACIÓN(*)**
RA1. Identifica adecuadamente la consulta, queja o reclamación de la clientela/persona consumidora/persona usuaria online de comercio electrónico, deduciendo líneas de actuación.	25%	SI	30	PFI
RA 2. Informa y orienta a la persona consumidora de sus derechos y de posibles mecanismos de mediación/arbitraje en relación con la cuestión planteada, siguiendo protocolos establecidos y aplicando la normativa vigente sobre comercio electrónico.	25%	SI	30	PFI
RA 3. Deriva quejas y reclamaciones hacia los departamentos de empresa y/o entidades y organismos competentes para gestionarlas, satisfaciendo el objetivo o interés de la persona consumidora en la resolución del conflicto.	16,67%	SI	20	PFI
RA 4. Controla el proceso de reclamación de consumo en el ámbito del comercio electrónico, detectando anomalías o retrasos.	16,67%	SI	20	PFPD
RA 5. Identifica oportunidades de mejora de la calidad de sistemas, procedimientos y herramientas del comercio electrónico, escuchando la voz de la clientela a través de todos los canales habilitados.	16,67%	SI	20	PFI
TOTALES	100		120	

Leyenda:

PFI- Plan de Formación Inicial en el Centro.
PFPD- Plan de FP DUAL.
DC - Docencia en el Centro de Estudios.

La calificación de la última evaluación previa a la evaluación final FP informará del resultado final del módulo, entendiéndose que una calificación positiva conlleva la superación de todos los resultados de aprendizaje y por consiguiente la superación del módulo.
Además, se tendrá en cuenta lo siguiente:
A) Para superar las pruebas teórico-prácticas realizadas durante la evaluación:

1. Las pruebas teórico-prácticas se superan con 5 puntos, no haciéndose media con menos puntuación y, por consiguiente, implica menor puntuación de 5 en la evaluación trimestral.
2. Si el alumno/a no asiste y presenta documentación justificativa oficial, podrá realizar de nuevo esa prueba en una fecha fijada. Si no superase esta prueba, podría realizar la recuperación de la misma, que se realizaría antes de la celebración de la evaluación correspondiente.
3. En las pruebas con contenidos prácticos y teóricos, donde aparezcan diferenciadas ambas partes, la prueba será superada si se superan los porcentajes indicados en cada una de las partes de la prueba, por ejemplo, 60% de la parte A y 40% de la parte B. En el caso de no superar las dos partes, la nota máxima será de 4 puntos, quedando pendientes todos los contenidos (teóricos y prácticos).

B) Para superar las actividades se deben presentar todas las propuestas, siguiendo las siguientes indicaciones:

1. Deben realizarse en clase dentro de la organización normal de las clases. Algunas serán realizadas por el alumnado en casa y colgadas en la plataforma Moodle dentro del plazo indicado.
2. Todas deberán ser presentadas en el tiempo y forma estipulados por el profesor.
3. Aquellos alumnos/as que no presenten las actividades, deberán entregarlas antes de la Evaluación. En este caso las actividades a presentar podrán variar.
4. En ningún caso, corresponde al profesor/a la tarea de recordar al alumnado que no haya presentado alguna de sus actividades, que proceda a subsanar dicha situación. Se considera que el alumnado, tiene la madurez personal y profesional suficiente como para ser conscientes de las actividades que no haya entregado puntualmente. El propio alumnado deberá llevar un sistema adecuado de control de actividades realizadas, así como de las calificaciones obtenidas en las pruebas realizadas a lo largo del curso.
5. Para que un alumno/a supere el módulo correspondiente, además de superar las pruebas teórico-prácticas, deberá tener presentadas antes de la evaluación de final de curso, TODAS las actividades propuestas a lo largo del curso o las actividades de recuperación sustitutorias propuestas. Se abrirá un plazo extraordinario para la entrega de actividades pendientes en la tercera evaluación. Incluso aunque el alumnado tenga aprobados los exámenes de la

unidad a la que corresponden esas actividades deberá presentarlas para superar la evaluación de final de curso.

Relación de empresas y actividades:

Esta información quedará recogida en el Programa Formativo en empresa u organismo equiparado del Ciclo Formativo de Grado Superior en Comercio Internacional, que el profesorado elaborará en colaboración con las empresas implicadas en la modalidad DUAL.

La calificación corresponde al profesorado responsable del módulo.

EVALUACIÓN ALTERNATIVA.

El porcentaje de faltas de asistencia, justificadas e injustificadas, que originan la **imposibilidad de aplicación de los instrumentos de evaluación ordinaria** se establece en el 20% del total de horas lectivas de todo el curso de la materia o módulo, según queda recogido en el Plan de Centro.

En el presente módulo, el número de horas sería 245 horas al año. El alumnado perderá el derecho a evaluación continua con un número de faltas superior a 49 horas.
El alumnado que pierda el derecho de evaluación continua, deberá realizar una prueba teórico-práctica de los resultados de aprendizaje no alcanzados, así como las prácticas correspondientes.

Conforme a lo dispuesto en el artículo 24 de la Orden de 26 de septiembre de 2025, las medidas de atención al alumnado cuya fase de formación en empresa u organismo equiparado se vea interrumpida bien por incumplimiento de los compromisos de participación del alumnado, bien por cualquier circunstancia sobrevenida debidamente justificada serán, según valoración del equipo docente:

- Realizar la fase de formación en otra empresa u organismo equiparado, ya sea en el mismo curso o en un curso posterior.
- Alcanzar en el centro los resultados de aprendizaje no desarrollados en la empresa.

ACTIVIDADES DE RECUPERACIÓN Y MEJORA DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS EN LA EVALUACIÓN PREVIA A LA EVALUACIÓN FINAL FP.

Este periodo que está regulado en la normativa vigente será dedicado prioritariamente a la adquisición de aprendizajes no adquiridos por parte del alumnado con evaluación negativa. Para ello se presentará un plan de recuperación individualizado, en el que cada uno debe superar las pruebas con una calificación inferior a 5 puntos y presentar las prácticas que no ha superado a lo largo del curso o aquellas que se planteen para este periodo y que responda a los criterios de evaluación no superados por el alumno/a. La

fecha establecida para las pruebas de recuperación dependerá de los resultados de aprendizaje pendiente de recuperación por parte del alumnado.

Como habrán de superarse tanto resultados de aprendizaje conceptuales como desarrollos prácticos, se plantearán actividades de síntesis de las desarrolladas durante todo el curso con el fin de garantizar que el alumnado que no ha superado todos los RA pueda hacerlo ahora y el poco tiempo disponible en este periodo no sea un inconveniente.

Para los alumnos/as que en el segundo trimestre han adquirido todas las competencias podrán mejorar la calificación propuesta para el módulo. Para la mejora de la calificación deben realizar una única prueba teórico-práctica sobre todos los resultados de aprendizaje y la calificación final se obtendrá de la media aritmética entre el resultado de esta prueba y la calificación de la evaluación.

INCORPORACIÓN DE LOS CONTENIDOS DE CARÁCTER TRANSVERSAL AL CURRÍCULO.

Los contenidos transversales estarán íntimamente vinculados a nuestra labor diaria como docente en la formación del alumnado. De esta forma se trabajará en:

- Primar la colaboración y el trabajo en equipo.
- La prevención y resolución pacífica de conflictos y valores que sustentan la democracia y los derechos humanos.
- Promover una sociedad libre, tolerante y justa que defienda los valores y principios de la libertad, el pluralismo, los derechos humanos y la legalidad.
- Defender la igualdad efectiva entre hombres y mujeres y la prevención de la violencia de género y de los valores inherentes al principio de igualdad de trato y no discriminación por cualquier condición o circunstancia personal o social.
- Fomentar el emprendimiento y la innovación.
- Respetar la normativa de Seguridad e Higiene en el trabajo.
- Respetar el medio ambiente.
- Promover el consumo responsable.
- Profundizar en el conocimiento de la Cultura Andaluza (artículo 40, Ley 17/2007 de Educación de Andalucía).

El día a día en la relación entre el alumnado, así como la realización de las actividades, tareas y trabajos, propiciarán situaciones susceptibles para formar al alumnado en los contenidos transversales. Por ejemplo, a la hora de realizar un trabajo en grupo se estará trabajando de forma general, la colaboración, el trabajo en equipo, la resolución de conflictos, la creatividad e innovación, la igualdad, la tolerancia y el respeto.

La educación es clave para la transformación de la sociedad, el docente debe trabajar para formar a personas activas con autoconfianza, curiosas, emprendedoras e innovadoras, deseosas de participar en la sociedad a la que pertenecen creando valor individual y colectivo.
Asimismo, dentro del Plan de Igualdad del centro, se promoverá la celebración de las siguientes efemérides en coordinación con otros programas y proyectos del centro.

- 10 de octubre: Día de la salud mental.
- 28 de octubre: Día de la empresa andaluza.
- 25 de noviembre: Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la mujer.
- 10 de diciembre: Día de los Derechos Humanos.
- 28 de enero: Día de la Paz y la no violencia escolar.
- 8 de marzo: Día Internacional de la Mujer.

MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD Y ALUMNADO CON N.E.A.E.

Tras la evaluación inicial y siguiendo las recomendaciones del departamento de Orientación, se implementarán algunas de las siguientes medidas propuestas, con el fin de atender a los diferentes ritmos de aprendizaje, se flexibilizarán determinadas entregas de actividades, y se realizará mayor hincapié en la organización y temporalización de aquel alumnado que presente dificultades tanto respecto a contenidos esenciales del módulo como a la carencia de habilidades tecnológicas. Para estos alumnos se determinan las siguientes medidas generales:

· Explicaciones alternativas de los contenidos.
· Flexibilización de los tiempos de entrega.
· Seguimiento más estrecho de la adquisición de competencias y supervisión constante de sus tareas.
· Adecuación de las actividades/pruebas si fuera necesario. Prever actividades de refuerzo colgadas en Moodle.
· Para los alumnos con mayor ritmo en esta modalidad online planificar actividades de ampliación.

ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES RELACIONADAS CON ESTE MÓDULO.

En este apartado se atenderá a las actividades planificadas por el departamento para este curso 2026-2027. Actualmente, el Equipo Educativo está trabajando en las siguientes:

No obstante, la programación queda abierta en este apartado a aquellas actividades complementarias que puedan surgir durante el curso y que estén vinculadas directamente con los objetivos del currículo del módulo.

AUTOEVALUACIÓN

En cuanto a la evaluación del proceso de enseñanza, el Decreto 436/2008 de 2 de septiembre, por el que se establece la ordenación y las enseñanzas de la Formación

Profesional Inicial que forma parte del sistema educativo, en su capítulo CI, Evaluación y titulación, establece que: “El profesorado tendrá la obligación de evaluar tanto los aprendizajes del alumnado como los procesos de enseñanza y su propia práctica docente”.

Por ello, se ve necesaria la realización de una evaluación trimestral en la que se recoja la diferencia entre la previsión y la impartición de las unidades de trabajo con el objetivo de realizar los ajustes necesarios en cuanto a la programación y a la metodología.

Por otro lado, además de la atención continua de aspectos de mejora, se realizará una encuesta al alumnado con el objetivo de poner en marcha, en caso de considerarse necesario, medidas que mejoren mi labor como docente y beneficien, por tanto, el proceso de enseñanza-aprendizaje del alumnado.

Octubre 2026