IES MIGUEL ROMERO ESTEO – MÁLAGA
DEPARTAMENTO DE COMERCIO Y MARKETING

PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO
ATENCIÓN AL CLIENTE, CONSUMIDOR Y USUARIO

CURSO 2026/2027

Ciclo formativo: Grado Superior en Marketing y Publicidad
Grupo: 1º MPA
Nº 1007
Horas totales: 128
Horas a la semana: 4
Profesor/a: Marisol Muñoz Magdaleno
Fecha de Entrega: Octubre 2026
Fecha de revisiones:

Índice de la programación

COMPETENCIAS *3*

Competencia general del título. 3

Unidades de competencia asociadas al módulo. 3

Competencias profesionales y de empleabilidad 3

OBJETIVOS GENERALES ASOCIADOS AL MÓDULO *1*

Relación de los Objetivos Generales del Ciclo con los Resultados de Aprendizaje. 2

METODOLOGÍA, MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS UTILIZADOS *3*

Descripción de las actividades de enseñanza y aprendizaje. 4

Materiales y recursos didácticos utilizados. 5

EVALUACIÓN CRITERIAL DE LAS COMPETENCIAS. ACTIVIDADES, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN *6*

Relación de unidades y resultados de aprendizaje: 8

Ponderación de los resultados de aprendizaje 16

Técnicas e instrumentos de evaluación 16

Relación de actividades duales a realizar en la empresa durante la FEOE. 17

Actividades de refuerzo y mejora de las competencias para la mejora de la calificación y superación de los módulos pendientes de evaluación positiva. 17

Instrumentos de evaluación destinados al alumnado que haya perdido el derecho a la evaluación continua. 17

INCORPORACIÓN DE LOS CONTENIDOS DE CARÁCTER TRANSVERSAL AL CURRÍCULO *18*

MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD Y ALUMNADO CON N.E.A.E. *19*

ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES RELACIONADAS CON EL MÓDULO *19*

AUTOEVALUACIÓN *20*

COMPETENCIAS

Competencia general del título.

La **competencia general** de este título, tal y como recoge el Real Decreto 1571/2011, de 4 de noviembre en su artículo 4, consiste en ***"definir y efectuar el seguimiento de las políticas de marketing basadas en estudios comerciales y en promocionar y publicitar los productos y/o servicios en los medios y soportes de comunicación adecuados, elaborando los materiales publipromocionales necesarios"***.

Unidades de competencia asociadas al módulo.

El módulo se corresponde con las siguientes **unidades de competencia** del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales:

UC0241_2: Ejecutar las acciones del servicio de atención al cliente, consumidor y usuario.
UC0245_3: Gestionar las quejas y reclamaciones del cliente/consumidor/usuario.

Competencias profesionales y de empleabilidad

La formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias profesionales y de empleabilidad del Título de Técnico Superior en Comercio y Marketing que se relacionan a continuación:

g) Gestionar los servicios de atención e información al cliente y de quejas y reclamaciones del cliente, consumidor y usuario, prestando un servicio de calidad para lograr la plena satisfacción del cliente y la transmisión de una buena imagen de la empresa u organización.

l) Adaptarse a las nuevas situaciones laborales, manteniendo actualizados los conocimientos científicos, técnicos y tecnológicos relativos a su entorno profesional, gestionando su formación y los recursos existentes en el aprendizaje a lo largo de la vida y utilizando las tecnologías de la información y la comunicación.

m) Resolver situaciones, problemas o contingencias con iniciativa y autonomía en el ámbito de su competencia, con creatividad, innovación y espíritu de mejora en el trabajo personal y en el de los miembros del equipo.

n) Organizar y coordinar equipos de trabajo con responsabilidad, supervisando el desarrollo del mismo, manteniendo relaciones fluidas y asumiendo el liderazgo, así como aportando soluciones a los conflictos grupales que se presenten.

ñ) Comunicarse con sus iguales, superiores, clientes y personas bajo su responsabilidad, utilizando vías eficaces de comunicación, transmitiendo la información o conocimientos adecuados y respetando la autonomía y competencia de las personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.

p) Supervisar y aplicar procedimientos de gestión de calidad, de accesibilidad universal y de «diseño para todos», en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.

q) Realizar la gestión básica para la creación y funcionamiento de una pequeña empresa y tener iniciativa en su actividad profesional con sentido de la responsabilidad social.

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

OBJETIVOS GENERALES ASOCIADOS AL MÓDULO

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales de este ciclo formativo que se relacionan a continuación:

j) Organizar el departamento de atención al cliente y establecer las líneas de actuación para lograr la satisfacción y fidelización de los clientes, aplicando técnicas de comunicación adecuadas para gestionar los servicios de atención e información al cliente.

k) Establecer el procedimiento de atención y resolución de quejas y reclamaciones de clientes, aplicando técnicas de comunicación y negociación adecuadas y/o de mediación o arbitraje para gestionar las quejas y reclamaciones del cliente, consumidor y usuario.

o) Analizar y utilizar los recursos y oportunidades de aprendizaje relacionados con la evolución científica, tecnológica y organizativa del sector y las tecnologías de la información y la comunicación, para mantener el espíritu de actualización y adaptarse a nuevas situaciones laborales y personales.

p) Desarrollar la creatividad y el espíritu de innovación para responder a los retos que se presentan en los procesos y en la organización del trabajo y de la vida personal.

q) Tomar decisiones de forma fundamentada, analizando las variables implicadas, integrando saberes de distinto ámbito y aceptando los riesgos y la posibilidad de equivocación en las mismas, para afrontar y resolver distintas situaciones, problemas o contingencias.

r) Desarrollar técnicas de liderazgo, motivación, supervisión y comunicación en contextos de trabajo en grupo, para facilitar la organización y coordinación de equipos de trabajo.

s) Aplicar estrategias y técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a la finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia en los procesos de comunicación.

v) Identificar y aplicar parámetros de calidad en los trabajos y actividades realizados en el proceso de aprendizaje, para valorar la cultura de la evaluación y de la calidad y ser capaces de supervisar y mejorar procedimientos de gestión de calidad.

w) Utilizar procedimientos relacionados con la cultura emprendedora, empresarial y de iniciativa profesional, para realizar la gestión básica de una pequeña empresa o emprender un trabajo.

x) Reconocer sus derechos y deberes como agente activo en la sociedad, teniendo en cuenta el marco legal que regula las condiciones sociales y laborales, para participar como ciudadano democrático.

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

Objetivo General	RA 1	RA 2	RA 3	RA 4	RA 5	RA 6	RA 7
j)	X						
k)				X	X	X	
o)	X	X	X	X	X	X	X
p)	X	X	X	X	X	X	X
q)	X	X	X	X	X	X	X
r)	X	X	X	X	X	X	X
s)		X					
v)	X	X	X	X	X	X	X
w)	X	X	X	X	X	X	X
x)	X	X	X	X	X	X	X

METODOLOGÍA, MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS UTILIZADOS

"La metodología didáctica de las enseñanzas de Formación Profesional integrará los aspectos científicos, tecnológicos y organizativos que en cada caso correspondan, con el fin de que el alumnado adquiera una visión global de los procesos educativos propios de la actividad profesional correspondiente" (Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio, por el que se establece la ordenación general de la Formación Profesional en el Sistema Educativo).

Se utilizarán metodologías activas, ajustándose al nivel competencial inicial del grupo y teniendo en cuenta la atención a la diversidad y el respeto por los distintos ritmos y estilos de aprendizaje, mediante prácticas de trabajo individual y cooperativo.

Adicionalmente, el alumnado irá revisando y reflexionando su propio trabajo según se avanza en el temario. De esta manera, nos aseguramos que los conocimientos adquiridos en una unidad de trabajo serán aplicados en las siguientes unidades y en las diversas situaciones planteadas a lo largo del curso. De este modo se fomenta el aprendizaje significativo, ya que se interrelaciona la nueva información con las ideas relevantes ya existentes en la estructura cognoscitiva clara para el alumno.

Orientaciones pedagógicas recogidas en la Orden del Título en relación al módulo.

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar las funciones de atención al cliente, consumidor o usuario y la gestión de quejas y reclamaciones.

La función de atención al cliente, consumidor o usuario incluye aspectos como:

- Organización del departamento de atención al cliente en las empresas y organizaciones.
- Desarrollo de acciones propias de información y asesoramiento al cliente, consumidor o usuario.
- Organización, tratamiento y archivo de documentación relativa al servicio de atención al cliente, consumidor o usuario
- Aplicación de técnicas de comunicación en situaciones de información y asesoramiento al cliente, consumidor o usuario y gestión de consultas, quejas y reclamaciones.
- Aplicación de técnicas de negociación en situaciones de reclamaciones, procurando alcanzar soluciones de consenso entre las partes.
- Participación en procesos de mediación y de arbitraje para solucionar situaciones de conflicto en materia de consumo.
- Aplicación de métodos de evaluación y control de calidad de los procesos de atención/información al cliente, consumidor o usuario.

- Elaboración de planes de calidad y de mejora del servicio de atención al cliente, consumidor o usuario.
- Recuperación de clientes perdidos.
- Fidelización de clientes.

Las **líneas de actuación en el proceso de enseñanza-aprendizaje** que permiten alcanzar los objetivos del módulo versarán sobre:

- Utilización de técnicas de comunicación en situaciones de información y asesoramiento al cliente y en la gestión de quejas y reclamaciones.
- Aplicación de técnicas de negociación en situaciones de reclamación en materia de consumo.
- Tratamiento, organización y archivo de documentación relativa a los servicios de atención al cliente.
- Elaboración de informes.
- Manejo de herramientas de gestión de las relaciones con los clientes.
- Análisis de consultas y reclamaciones en materia de consumo para deducir las líneas de actuación, de acuerdo con la legislación y los procedimientos establecidos.
- Análisis de los procedimientos de mediación y de arbitraje de consumo para solucionar situaciones de conflicto en materia de consumo.
- Aplicación de métodos de evaluación y control de calidad del servicio de atención e información al cliente y consumidor.
- Elaboración de planes de calidad y mejora del servicio.
- Elaboración de programas de fidelización de clientes y de recuperación de clientes perdidos.

Descripción de las actividades de enseñanza y aprendizaje.

Las **actividades profesionales** asociadas a esta función se aplican en:

- La atención, información y asesoramiento al cliente, consumidor o usuario.
- La gestión y resolución de quejas y reclamaciones.
- La organización y control del departamento de atención al cliente, consumidor o usuario de cualquier empresa u organización.

En consecuencia, las **actividades de enseñanza-aprendizaje** que desarrollaremos en este módulo son las siguientes:

Actividades de inicio: Al inicio de cada unidad de trabajo se elaborarán actividades de presentación-motivación mediante ejemplos o casos prácticos, simulando entornos profesionales lo más cercanos al alumnado para despertar el interés del alumnado y para que tengan una visión global de la misma. También se tendrán en cuenta actividades de evaluación de contenidos previos de la unidad con el objetivo de conocer lo que saben los/las alumnos/as. Actividades como: brainstorming, visualización de vídeos, lectura de artículos, investigación en internet de diferentes conceptos claves de la unidad, etc.

Actividades de desarrollo: Se realizarán sesiones expositivas teórico-prácticas en las que se abarcará los contenidos de la unidad que les permitirá afrontar su estudio con garantías de éxito, además de servir para construir un soporte que les ayude a responder a las situaciones más habituales que se les pueda presentar en el puesto de trabajo. Se resolverán las dudas y se realizarán las actividades propuestas, de aplicación, trabajos, casos prácticos correspondientes a la unidad, utilizando métodos que provoquen la intervención del alumnado.

Actividades de comprobación y consolidación: Al final de cada unidad se realizarán actividades de repaso, de síntesis-resumen. Se realizarán pruebas tipo test, de unión de conceptos o preguntas cortas, además, se utilizarán diversas plataformas para la creación de cuestionarios para reforzar el aprendizaje, tales como: Kahoot, Mentimenter, Bamboozle, etc.

Actividades de recuperación y ampliación: Para la atención a la diversidad se diseñarán actividades de recuperación para el alumnado con dificultades y de ampliación para el alumnado más aventajado.

Actividades de evaluación: Serán de tipo formativa y sumativa. Para ello se realizarán pruebas objetivas escritas para asegurar el aprendizaje de los contenidos. Se realizará un seguimiento del proceso de enseñanza-aprendizaje pidiendo al alumnado la entrega de actividades, para ello se le informará convenientemente de aquellas actividades que deba entregar para su evaluación.

Se procurará que las actividades de enseñanza-aprendizaje planteadas para cada unidad de trabajo reúnan las siguientes características:

- Estén adaptadas a la tipología del alumnado, el perfil profesional de ciclo y las relaciones internas del grupo.
- Tengan en cuenta los diferentes ritmos de aprendizajes.
- Faciliten la relación de los aprendizajes con la realidad laboral: "aprendizajes funcionales y significativos".
- Estén graduadas en dificultad.

La organización y desarrollo de la enseñanza se fundamenta en métodos pedagógicos basados en un **sistema de aprendizaje autónomo** combinado con el aprendizaje colaborativo y compartido con el resto del alumnado.

Con esta metodología, se propiciará que el alumnado sea sujeto activo de su propio aprendizaje, intentando, igualmente, fomentar el trabajo y la participación. Así mismo se recomienda seguir todas las instrucciones del/la profesor/a para el mejor aprovechamiento del proceso de enseñanza-aprendizaje. En definitiva, trataremos de conseguir, con todo lo anterior, **una metodología** caracterizada por ser activa, participativa, significativa, globalizante y funcional **que permita la adquisición de los resultados de aprendizaje, objetivos generales y contenidos** a desarrollar en cada unidad.

Materiales y recursos didácticos utilizados.

Materiales y recursos del alumnado:

- Moodle centros Málaga.
- Equipos informáticos propios y del aula.

- Pantalla digital interactiva para proyección.
- Apuntes que tomen de las explicaciones o que elaboren de la información proporcionada
- "Atención al cliente, consumidor y usuario" McGrawHill ISBN: 9788448646899

Materiales y recursos de la profesora:

- Apuntes elaborados, manuales de referencia, normativas y libros de consulta del departamento.
- Periódicos, revistas y publicaciones especializadas.
- Vídeos y documentales

Materiales y recursos relacionados con las TIC:

- Moodle Centros de la Junta de Andalucía: en la plataforma digital educativa, se subirán parte de los materiales de cada unidad, material complementario y actividades a realizar por el alumnado (algunos otros se dejarán para que el propio alumnado tome apuntes con el fin de fomentar la escucha activa y la autonomía del alumnado)
- Redes sociales y profesionales: se potenciará el uso de las redes sociales y profesionales para la comunicación con el alumnado o para realizar alguna actividad didáctica, así como apoyo a su formación.
- Enlaces Webs, blogs, wikis.
- Otras aplicaciones:
  - De diseño: Canva
  - Plataformas de creación de cuestionarios de evaluación: Kahoot, Mentimenter, Bamboozle, etc.

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: Refleja la situación de partida del alumnado y quedará recogido en Séneca.
- Dos sesiones de evaluación parcial: Indicará si se están alcanzando los objetivos educativos, y si hay que introducir correcciones. Se realizará trimestralmente.

- Dos evaluaciones finales: 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, 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.

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.

Para poder realizar la formación en empresa, el alumnado debe de haber superado los resultados de aprendizaje correspondientes a la prevención de riesgos laborales, así como los relativos al módulo de Itinerario Personal para la Empleabilidad I.

Relación de unidades y resultados de aprendizaje:

UD	Nombre	Resultado de aprendizaje	Criterios de evaluación	Observaciones
1ª EVALUACIÓN				
1	Atención al cliente y técnicas de comunicación	RA1, RA2	Todos	EL RA2 está dualizado en empresa (no obstante se verán en el aula algunos aspectos imprescindibles para su incorporación a las empresas)
2	Organización de un sistema de información	RA3	Todos	
2ª EVALUACIÓN				
3	La protección del consumidor	RA4	Todos	
4	Gestión y solución de quejas y reclamaciones: procesos de mediación y arbitraje	RA5	Todos	
3ª EVALUACIÓN				
5	Elaboración de un plan de calidad y mejora del servicio en atención al cliente	RA6	Todos	

RA1. Organiza el departamento de atención al cliente, definiendo sus funciones y estructura y su relación con otros departamentos, para transmitir la imagen más adecuada de la empresa u organización.

Criterios de evaluación	UNIDADES	% EVA	Actividad/Instrumentos evaluación
a) Se han definido los conceptos de imagen e identidad corporativa, analizando su transcendencia en el posicionamiento y la diferenciación de la empresa u organización.	UT1	1.5%	Tareas teórico prácticas Prueba objetiva Exposiciones orales Role Playing
b) Se han diferenciado distintos tipos de estructura organizativa en función de las características y objetivos de la empresa u organización.		1.5%	
c) Se han elaborado organigramas de distintos tipos de empresas, teniendo en cuenta sus características, actividad y estructura organizativa.		1.5%	
d) Se han establecido los objetivos del departamento de atención al cliente y sus funciones en distintos tipos de empresas y organizaciones.		1.5%	
e) Se han definido las relaciones del departamento de atención al cliente con el de marketing, el de ventas y otros departamentos de la empresa.		1.5%	
f) Se han seleccionado los elementos fundamentales de atención al cliente, para transmitir la imagen adecuada de la empresa u organización.		1.5%	
g) Se han establecido las secciones o áreas de actividad del servicio de atención al cliente.		1.5%	
h) Se ha valorado la posibilidad de externalizar el servicio de atención al cliente analizando las funciones de los contact centers y los servicios que prestan a las empresas u organizaciones.		1.5%	

Contenidos del RA 1:

• La identidad corporativa y la imagen de marca. Definición y análisis para el posicionamiento y diferenciación de la empresa.
• Estructuras organizativas.
- Partes fundamentales de la organización
- Proceso y configuración organizativa. Autoridad y delegación. Centralización y descentralización. Mecanismos de control.
- Organigramas. Tipos. División funcional, por productos, por mercados, por grandes clientes, entre otras.
• El departamento de atención al cliente en las empresas y organizaciones. Funciones, objetivos, estructura y organización.
• Dependencia funcional. Relaciones con otros departamentos. Marketing, relaciones públicas, comercial, ventas, logística y almacén entre otros.
• Marketing relacional y de relación con los clientes. Gestión de las relaciones con clientes.
• La atención al cliente en las empresas y organizaciones.
- Factores que influyen en la atención al cliente de una empresa u organización.
- Servicios de atención al cliente, consumidor o usuario. Información y asesoramiento. Seguimiento de la venta. Servicios postventa. Atención y satisfacción del cliente. Atención de quejas y reclamaciones.
- Competencias generales y específicas del personal del departamento de atención al cliente, consumidor o usuario.
• Los contact centers. Funciones que desempeñan en el sistema de relación con los clientes. Servicios que prestan.

Evaluación: 1ª	**Objetivos generales**: j, o, p, q, r, w, x

Este resultado de aprendizaje se alcanza superando UNA MEDIA DE 5 PUNTOS.

RA2. Utiliza técnicas de comunicación en situaciones de atención al cliente, consumidor o usuario, proporcionándole la información solicitada.

Criterios de evaluación	UNIDADES	% EVA	Actividad/Instrumentos evaluación
a) Se ha definido el proceso de comunicación, los elementos que intervienen y los filtros y barreras que pueden surgir en el mismo.	UT1	3.5%	FEOE Prueba objetiva Exposiciones orales
b) Se han diferenciado los canales de comunicación, interna y externa, de una empresa u organización.		3.5%	
c) Se han descrito las fases del proceso de atención/información al cliente y las técnicas utilizadas en diferentes canales de comunicación.		3.5%	
d) Se ha solicitado la información requerida por el cliente a otros departamentos y/u organismos, utilizando distintos canales de comunicación con la actitud y forma adecuadas a cada situación.		3.5%	
e) Se han transmitido mensajes orales de atención a supuestos clientes, adaptando su actitud y discurso a la persona o grupo a quien se dirige y prestando especial atención a la comunicación no verbal.		3.5%	
f) Se han mantenido conversaciones telefónicas con supuestos clientes, observando las normas de protocolo y utilizando las técnicas y actitudes que favorezcan el desarrollo de la comunicación.		3.5%	
g) Se han confeccionado escritos de respuesta a solicitudes de información en diferentes situaciones de atención al cliente, utilizando técnicas, formalidades y actitudes adecuadas a cada situación.		3.5%	
h) Se ha utilizado el correo electrónico y la mensajería instantánea para contestar a las consultas de clientes, respetando las normas de protocolo y adoptando una actitud adecuada a cada situación.		3.5%	

Contenidos del RA 2:

• La comunicación en la empresa. Información y comunicación.
• El proceso de comunicación. Elementos. Fases del proceso. Canales y soportes de información. Barreras en la comunicación.
• Tipos de comunicación en relación con los clientes.
- Comunicación en la empresa. Interna y externa. Formal e informal.
- La comunicación oral. La comunicación verbal y no verbal.
• La comunicación telefónica. Utilización de las nuevas tecnologías en la comunicación telefónica y protocolo con los clientes.
• La comunicación escrita. Tipos de cartas y documentos escritos. Las comunicaciones formales.
• La comunicación escrita a través de la red (Internet/Intranet).
- Comunicación en tiempo real, Sincrónica. Chat. videoconferencia.
- Comunicación diferida. Asincrónica. El correo electrónico. Mensajería instantánea. foros.
• La comunicación en situaciones de información al cliente, consumidor o usuario. Actitudes y técnicas de comunicación.
- La empatía.
- La asertividad.

Evaluación: 1ª	**Objetivos generales**: o, p, q, r, s, w, x

Este resultado de aprendizaje se alcanza superando UNA MEDIA DE 5 PUNTOS.

RA3. Organiza un sistema de información al cliente que optimice el coste y el tiempo de tratamiento y acceso a la misma, aplicando técnicas de organización y archivo tanto manuales como informáticos.

Criterios de evaluación	UNIDADES	% EVA	Actividad/Instrumentos evaluación
a) Se han descrito las técnicas de organización y archivo de la información y documentación, tanto manuales como informáticas,	UT2	1.5%	Exposición oral Prueba objetiva
b) Se han identificado las principales técnicas de catalogación y archivo de documentación, analizando sus ventajas e inconvenientes en función del tipo de información, su utilización y tiempo de archivo.		1.5%	
c) Se han clasificado distintos tipos de información en materia de atención al cliente, consumidor o usuario, discriminando su origen y asignando el proceso de tramitación y organización adecuado.		1.5%	
d) Se han elaborado, actualizado y consultado bases de datos con la información relevante de los clientes.		1.5%	
e) Se han manejado herramientas de gestión de las relaciones con los clientes (CRM), de acuerdo con las especificaciones recibidas.		1.5%	
f) Se ha registrado la información relativa a las consultas o solicitudes de los clientes en la herramienta de gestión de las relaciones con clientes.		1.5%	
g) Se han aplicado procedimientos que garanticen la seguridad e integridad de la información y la protección de datos, respetando la normativa vigente.		1.5%	
h) Se han definido los canales de acceso a la información en materia de atención al cliente, analizando las características de cada uno de ellos.		1.5%	

Contenidos del RA 3:

• Técnicas de organización y archivo de documentación.
- Definición y funciones del archivo
- Tipología de archivos. Archivos manuales e informáticos.
• Sistemas de clasificación, catalogación y archivo de documentos. Ventajas e inconvenientes.
• Tratamiento y organización de documentos de atención al cliente, consumidor o usuario.
• Ficheros de clientes. Ficheros no automatizados y ficheros automatizados.
• Las bases de datos.
- Estructura, funciones, tipos de base de datos.
- Bases de datos documentales.
- Manejo de bases de datos de clientes. Tratamiento de la información.
• Herramientas de gestión de las relaciones con clientes (CRM).
• Acceso a la información. Realización de consultas.
• Transmisión de información en la empresa. Elaboración de informes.
• Protección de datos. Normativa legal

Evaluación: 1ª	**Objetivos generales**: j, o, p, q, r, w, x

Este resultado de aprendizaje se alcanza superando UNA MEDIA DE 5 PUNTOS.

RA4. Identifica los distintos organismos e instituciones de protección al consumidor y usuario, analizando las competencias de cada uno de ellos.

Criterios de evaluación	UNIDADES	% EVA	Actividad/Instrumentos evaluación
a) Se ha definido el concepto y el rol del consumidor y usuario.	UT3	2%	Prueba práctica Prueba objetiva
b) Se ha interpretado la normativa europea, nacional, autonómica y local que recoge los derechos del consumidor y usuario.		2%	
c) Se ha interpretado la normativa vigente aplicable a la gestión de quejas y reclamaciones del cliente, consumidor o usuario en materia de consumo.		2%	
d) Se han identificado las instituciones y organismos públicos de protección al consumidor y usuario, describiendo sus funciones y competencias.		2%	
e) Se han identificado las principales entidades privadas de protección al consumidor, explicando sus funciones y competencias.		2%	
f) Se han determinado las fuentes de información fiables que facilitan información en materia de consumo.		2%	

Contenidos del RA4:

• Concepto de consumidor y usuario.
• Caracterización de diferentes tipos de consumidores y usuarios.
• Derechos del consumidor.
• La defensa del consumidor. Normativa legal. Art. 51.1 y 2 de la Constitución de 27 de diciembre de 1978. Ley General para la defensa de los consumidores y usuarios (26/1984 de 19 de Julio).Normativa europea (Directiva 2009/22 del Parlamento Europeo y del Consejo de 23 de abril de 2009).
• Instituciones públicas de protección del consumidor. Tipología, organigrama funcional y competencias. Centro Europeo de Atención al Consumidor. Administracción Central. Administración Autonómica. Administración Local. Tribunal de defensa de la competencia. El defensor del pueblo.
• Entidades privadas de protección al consumidor. Tipología, organigrama funcional y competencias. Asociaciones de consumidores. Cooperativas de consumo.
• Fuentes de información en materia de consumo. INE. CIDOC.

Evaluación: 2ª	**Objetivos generales**: k, o, p, q, r, w, x

Este resultado de aprendizaje se alcanza superando UNA MEDIA DE 5 PUNTOS.

RA5. Gestiona las quejas y reclamaciones del cliente, consumidor o usuario, aplicando técnicas de comunicación y negociación para alcanzar soluciones de consenso entre las partes.

Criterios de evaluación	UNIDADES	% EVA	Actividad/Instrumentos evaluación
a) Se han caracterizado los tipos de consultas, quejas, reclamaciones y denuncias del cliente más habituales en materia de consumo.	UT4	1.2%	Prueba práctica Prueba objetiva Role Playing
b) Se han identificado de acuerdo con la normativa vigente los elementos de la reclamación/denuncia y se ha informado al cliente de sus derechos y los posibles mecanismos de solución de la reclamación.		1.4%	
c) Se ha cumplimentado la documentación necesaria para iniciar el trámite y cursar la reclamación/denuncia hacia los departamentos u organismos competentes, de acuerdo con los métodos establecidos.		1.2%	
d) Se ha definido el procedimiento, fases, forma y plazos del proceso de tramitación de las quejas y reclamaciones del cliente.		1.2%	
e) Se ha informado al reclamante de la situación y del resultado de la queja o reclamación, de forma oral, escrita, o por medios electrónicos.		1.2%	
f) Se han identificado y cumplimentado con rigor los documentos relativos a la gestión de las quejas, reclamaciones y denuncias.		1.2%	
g) Se han aplicado técnicas de comunicación en la atención de las quejas y reclamaciones utilizando la escucha activa, la empatía y la asertividad.		1.2%	
h) Se han utilizado técnicas de negociación y actitudes que faciliten el acuerdo para gestionar las reclamaciones del cliente.		1.2%	
i) Se han identificado las cláusulas del contrato que son susceptibles de negociación y se ha elaborado un plan de negociación estableciendo los aspectos que hay que negociar, la estrategia de negociación y los pasos que hay que seguir.		1.2%	

Contenidos del RA5:

• Tipos de consultas, quejas, reclamaciones y denuncias más habituales en materia de consumo.
• Normativa vigente en materia de consumo aplicable a la gestión de reclamaciones y denuncias.
• Proceso de gestión de reclamaciones y denuncias. Fases del proceso.
• Procedimiento de recogida de las reclamaciones y denuncias. Elementos formales que contextualizan la reclamación. Documentos necesarios en una reclamación. Configuración documental de la reclamación.
• Proceso de tramitación y gestión de la reclamación. Plazos de presentación. Interposición de la reclamación ante los distintos órganos administrativos. Recursos.
• Las reclamaciones ante la Administración. Actuación administrativa. Los actos administrativos. El silencio administrativo.
• Las técnicas de comunicación en situaciones de quejas y reclamaciones. Comunicación verbal, no verbal, escrita, telefónica y utilizando las nuevas tecnologías.
• Tratamiento al cliente, consumidor o usuario ante las quejas y reclamaciones. La escucha activa y empática. La asertividad.
• La negociación en la resolución de quejas y reclamaciones o denuncias. Objetivo de la negociación en una reclamación.
• El plan de negociación. Fases. Preparación. Estrategia. Desarrollo. Técnicas y tácticas de negociación en las reclamaciones. Acuerdo.

Evaluación: 2ª	**Objetivos generales**: k, o, p, q, r, w, x

Este resultado de aprendizaje se alcanza superando UNA MEDIA DE 5 PUNTOS.

RA6. Describe los procesos de mediación y arbitraje de consumo para resolver situaciones de conflicto en materia de consumo, aplicando la legislación vigente.

Criterios de evaluación	UNIDADES	% EVA	Actividad/Instrumentos evaluación
a) Se han definido los conceptos de mediación y arbitraje de consumo, explicando sus similitudes y diferencias sustanciales.	UT4.	1.5%	Tareas teórico prácticas Prueba objetiva Exposiciones orales Role Playing
b) Se han identificado las figuras que intervienen en los procesos de mediación y de arbitraje y las funciones que desempeñan.		1.5%	
c) Se ha diferenciado entre arbitraje voluntario o facultativo y obligatorio o de oficio.		1.5%	
d) Se ha descrito un proceso de mediación, identificando el objetivo, redactando la convocatoria, analizando la situación y desarrollo del acto, y redactando el acta de mediación y el acuerdo de forma clara y objetiva.		1.5%	
e) Se han establecido los principales aspectos que se ha de tener en cuenta en la redacción de un acta de mediación.		1.5%	
f) Se han confeccionado los documentos correspondientes a los procesos de mediación y de arbitraje, relacionándolos con su tramitación.		1.5%	
g) Se ha descrito la forma de iniciar los procesos de mediación y de arbitraje, su desarrollo y los plazos habituales de resolución.		1.5%	
h) Se ha definido el concepto de laudo arbitral, la forma y los plazos del dictamen.		1.5%	

Contenidos del RA6:

- Conceptos de mediación y arbitraje. Características diferenciadoras. Agentes intervinientes.
- Tipos de arbitraje. Arbitraje voluntario. Arbitraje obligatorio. Las juntas arbitrales. Organigrama funcional.
- Situaciones de conflicto en materia de consumo en las que se puede utilizar una mediación.
- El proceso de mediación. Elementos que intervienen en la mediación. Aspectos legales. Procedimiento. Acta de mediación.
- Situaciones de conflicto en materia de consumo en las que se puede plantear un arbitraje.
- El proceso de arbitraje en materia de consumo. Normativa legal. El laudo arbitral.

Evaluación: 2ª	**Objetivos generales**: o, p, q, r, v, w, x

Este resultado de aprendizaje se alcanza superando UNA MEDIA DE 5 PUNTOS.

RA7. Elabora un plan de calidad y de mejora del proceso de atención al cliente, consumidor y usuario, aplicando técnicas de control y evaluación de la eficacia del servicio.

Criterios de evaluación	UNIDADES	% EVA	Actividad/Instrumentos evaluación
a) Se han aplicado técnicas para medir la eficacia del servicio prestado y el nivel de satisfacción del cliente.	UT5.	1.6%	Tareas teórico prácticas Prueba objetiva Exposiciones orales Role Playing
b) Se ha realizado el seguimiento del proceso de tramitación de las quejas y reclamaciones, evaluando la forma y los plazos de resolución.		1.3%	
c) Se han redactado informes con los resultados y conclusiones de la evaluación de la calidad, utilizando herramientas informáticas a) Se han identificado las principales incidencias, anomalías y retrasos en los procesos de atención al cliente y en la gestión de quejas y reclamaciones.		1.3%	
d) Se ha elaborado un plan de mejora de la calidad incluyendo medidas para optimizar la calidad del servicio y respetando la legislación vigente.		1.3%	
e) Se han identificado las principales incidencias, anomalías y retrasos en los procesos de atención al cliente y en la gestión de quejas y reclamaciones.		1.3%	
f) Se ha elaborado un plan de recuperación de clientes perdidos, definiendo las medidas aplicables.		1.3%	
g) Se han propuesto medidas correctoras para solucionar las anomalías detectadas y mejorar la calidad del servicio.		1.3%	
h) Se han seleccionado los clientes susceptibles de ser incluidos en un programa de fidelización, utilizando la información disponible en la herramienta de gestión de las relaciones con los clientes (CRM).		1.3%	
i) Se ha elaborado un programa de fidelización de clientes, utilizando la aplicación informática disponible.		1.3%	

Contenidos del RA7:

• Evaluación del servicio de atención al cliente.

- Métodos para evaluar la eficacia del servicio y el nivel de satisfacción del cliente.

• Incidencias, anomalías y retrasos en el proceso de atención/información al cliente y en la resolución de quejas y reclamaciones.

• Procedimientos de control del servicio de atención al cliente. Manual de procedimiento.

• Tratamiento de las incidencias o anomalías. Medidas correctoras. Formas y plazos.

• Normativa aplicable en materia de atención al cliente. Ley de Ordenación del comercio minorista. Ley de servicios de la sociedad de la información y el comercio electrónico. Ley de Protección de datos de carácter personal.

• Estrategias y técnicas de fidelización de clientes. CRM.

• Programas de fidelización.

Evaluación: 3ª

Este resultado de aprendizaje se alcanza superando UNA MEDIA DE 5 PUNTOS.

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

Ponderación de los resultados de aprendizaje

RESULTADO DE APRENDIZAJE	HORAS PREVISTAS	FORMACIÓN(*)
R1. Organiza el departamento de atención al cliente, definiendo sus funciones y estructura y su relación con otros departamentos, para transmitir la imagen más adecuada de la empresa u organización.	28,07	PFI
R2. Utiliza técnicas de comunicación en situaciones de atención al cliente, consumidor o usuario, proporcionándole la información solicitada.	32,93	PFPD
R3. Organiza un sistema de información al cliente que optimice el coste y el tiempo de tratamiento y acceso a la misma, aplicando técnicas de organización y archivo tanto manuales como informáticas.	14	PFI
R4. Identifica los distintos organismos e instituciones de protección al consumidor y usuario, analizando las competencias de cada uno de ellos.	18	PFI
R5. Gestiona las quejas y reclamaciones del cliente, consumidor o usuario, aplicando técnicas de comunicación y negociación para alcanzar soluciones de consenso entre las partes.	13	DC
R6. Describe los procesos de mediación y arbitraje de consumo para resolver situaciones de conflicto en materia de consumo, aplicando la legislación vigente.	11	DC
R7. Elabora un plan de calidad y mejora del proceso de atención al cliente, consumidor o usuario, aplicando técnicas de control y evaluación de la eficacia del servicio.	11	DC
TOTALES	**128**	

Leyenda:

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

Técnicas e instrumentos de evaluación

Actividad de evaluación	Técnicas de evaluación	Instrumentos de evaluación
Prueba teórica	Escrita o mediante alguna plataforma o juego online	Plantilla corrección
Caso práctico	Ejecución práctica	Rúbrica
Roll playing	Ejecución práctica	Rúbrica
Exposición oral	Observación	Rúbrica

Relación de actividades duales a realizar en la empresa durante la FEOE.

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

Actividades de refuerzo y mejora de las competencias para la mejora de la calificación y superación de los módulos pendientes de evaluación positiva.

El alumnado que no haya alcanzado determinados resultados de aprendizaje (RA) en las evaluaciones parciales deberá realizar, entre la última evaluación parcial y la evaluación final, las actividades de refuerzo y mejora correspondientes, conforme a lo previsto en el **artículo 22 de la Orden de 18 de septiembre de 2025**.

- **Actividades de refuerzo.**

Dichas actividades podrán incluir pruebas objetivas, resolución de casos prácticos, entrega de trabajos o cualquier otro instrumento de evaluación recogido en la programación didáctica, adaptado a las circunstancias individuales del alumnado, y orientado a evidenciar la adquisición de los RA no superados.

La superación de los mismos requerirá una calificación positiva igual o superior a cinco puntos, de acuerdo con el **artículo 19 de la citada Orden**, y se comunicará mediante informe individualizado y calendario de ejecución.

- **Actividades de mejora**

En cuanto a la mejora de la calificación del módulo se realizará con una prueba teórica-práctica de todos los resultados de aprendizaje. La calificación final será la media aritmética obtenida durante el curso y la calificación obtenida en esta prueba teórico-práctica.

En base al **artículo 24 de la Orden de 26 de septiembre de 2025**, **si la formación en empresa se interrumpe** por incumplimiento del alumnado o por causas justificadas, el equipo docente valorará entre:

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

Instrumentos de evaluación destinados al alumnado que haya perdido el derecho a la evaluación continua.

Tal y como establece 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, y 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.

En **caso de pérdida de derecho de evaluación continua** en uno o varios módulos, el alumnado tendrá derecho a la realización de las pruebas objetivas que el equipo docente responsable considere oportunas, conforme a los criterios de evaluación que estén asociados a los resultados de aprendizaje no superados, a lo incluido en la programación didáctica y en el proyecto educativo del centro.

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. Este módulo tiene 128 horas, por lo tanto, se aplicará la evaluación alternativa con 11 horas en el primer trimestre, 8 horas en el segundo trimestre y 7 horas en el tercero.

Para estos casos, aquellos resultados de aprendizaje de cuales no haya evidencias de logro deberán recuperarse durante el periodo oficial de recuperación.

El alumnado que se encuentre en esta situación, deberá realizar una prueba teórico-práctica de los resultados de aprendizaje no alcanzados, así como las tareas y prácticas correspondientes.

INCORPORACIÓN DE LOS CONTENIDOS DE CARÁCTER TRANSVERSAL AL CURRÍCULO

Los elementos comunes o **transversales** deben impregnar la actividad docente y estar presentes en el aula de forma permanente, ya que se refieren a problemas y preocupaciones fundamentales de la sociedad. En este módulo los temas transversales que se abordarán serán:

► **Conocimiento de las normativas vigentes** que se apliquen en los contenidos del módulo profesional.

► **Fomento de la lectura y de la expresión oral,** a través de lectura comprensiva de textos de libros, prensa diaria, prensa especializada, informes, anuarios. Que se realizará prácticamente en todas las unidades.

► **Uso de las TIC** el alumno debe utilizar las tecnologías de la información y la comunicación para la realización de actividades en las distintas unidades de trabajo (utilización de buscadores, uso de páginas Webs,).

► **Educación en valores**, tales como:

- Educación moral y cívica.
- Educación para la paz y la convivencia.

- Educación del consumidor.
- Educación para la igualdad de oportunidades.
- Educación medioambiental.
- Educación para la salud.

Las actividades relativas a los temas transversales se trabajarán bajo el marco de los objetivos establecidos por los Planes Estratégicos vigentes en el centro, además de en los siguientes programas: Plan Transformación Digital Educativa, Plan de Igualdad y Plan "Escuela: Espacio de Paz".

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 EL MÓDULO

Al estar este módulo muy vinculado al mundo laboral, es conveniente que el alumno/a visite centros y lugares de trabajo como actividades complementarias y extraescolares para comprobar la aplicación práctica de los contenidos. Tal y como marca el desarrollo del título la relación del alumnado con las empresas del sector que se encuentren en el entorno es determinante. Es por ello que se plantean una serie de visitas a las mismas, encuentros con profesionales y conferencias, programadas en función de su disponibilidad y de la coordinación con otros módulos del título con los que se comparten estos intereses. Esta programación conjunta, se adjuntará en el plan de centro.

Las **actividades previstas,** son:

- Proyecto de emprendimiento de FP Innovación #GenerationFP.
- Hacktathon actividad del Proyecto de Innovación. Evento online organizado por Dualiza, FP empresa y dinamizado por FP innovación, tiene la intención de impulsar las vocaciones empresariales

con soluciones creadas por el alumnado de los Centro de Formación Profesional de toda España, además de resolver los retos sociales, en lo que más les preocupa: la sostenibilidad del planeta

- Talleres impartidos por FACUA (Consumo responsable, quejas y reclamaciones, peligros de las compras por Internet) y otras entidades tanto públicas como privadas relacionadas con la temática del módulo.
- Visita a la OCU - Organización de Consumidores y Usuarios.
- Charlas, coloquios y acciones puntuales que se presenten durante el curso relacionadas con la materia, las empresas del sector y/o antiguos alumnos que aporten su visión y experiencia al ciclo formativo.

AUTOEVALUACIÓN

Actividades de evaluación dirigidas a los alumnos/as y la autoevaluación de la práctica docente.

En el contexto de la mejora continua, todo proceso es susceptible de ser perfeccionado y esta programación no es una excepción. Como programación anual del módulo, se ve inmersa en una dinámica que permite su modificación año tras año examinando elementos que aporten información extra enfocada a actualizar, y en su caso mejorar todos sus apartados.

Como actividades de evaluación dirigidas a los/as alumnos/as y a la autoevaluación de la práctica docente se pasará un cuestionario elaborado por el departamento, este cuestionario será anónimo y cada alumno/a podrá manifestar su opinión, lo más objetiva posible, sobre el desarrollo de las clases en este módulo.
Se evaluará la coherencia entre los resultados de aprendizaje y los contenidos, los métodos de enseñar y las formas de evaluar previstos en la programación a aplicar y la organización y aprovechamiento de los recursos del Centro. También, se evaluará la actitud y grado de implicación del profesor, en el proceso de enseñanza y el carácter de las relaciones entre profesores y alumnos, así como la convivencia entre los/as alumnos/as.

Los resultados de la evaluación del aprendizaje de los alumnos y del proceso de enseñanza servirán, para modificar aquellos aspectos de la práctica docente, que se hayan detectado como poco adecuados, a las características de los alumnos y al contexto del Centro y proponer cambios estructurales, cuando sean necesarios, a la Comisión de Coordinación Pedagógica

Esta encuesta se realizará al finalizar cada trimestre y en ella se insertarán preguntas para detectar en el alumnado aspectos relacionados con:

- El conocimiento que tienen de los resultados de aprendizaje, contenidos, criterios de evaluación y criterios de calificación del módulo.
- La utilidad de los recursos educativos empleados.
- La conveniencia de la metodología didáctica seguida.
- Su grado de satisfacción con la filosofía de atención a la diversidad.
- Otros aspectos que en su momento se consideren útiles.

EVALUACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN		Grado de logro		
		NA	AD	AE
MOTIVACIÓN				
1	Coordinación y colaboración del equipo educativo que imparte clases en tu grupo			
2	Entusiasmo y motivación en el desarrollo de las clases del profesorado			
3	Trato adecuado del profesorado hacia el alumnado			
Lecciones aprendidas				
PLANIFICACIÓN/ PROGRAMACIÓN				
4	Ajustada a la normativa y currículo del título			
5	Secuencia lógica en las unidades didácticas			
6	Contenidos variados, contextualizados y actualizados			
7	Tiempo coherente para cada unidad didáctica			
8	Tiene en cuenta la atención de la diversidad			
Lecciones aprendidas				
METODOLOGÍA				
9	Fomenta la participación del alumnado			
10	Es variada, actual e innovadora			
11	Está adaptada al nivel del alumnado			
12	Resulta idónea respecto a la organización del aula			
13	Contempla actividades motivadoras			
14	Plantea actividades de refuerzo y ampliación			
15	Existe adecuación de materiales y recursos didácticos a las actividades			
16	Fomenta el uso de las TIC			
Lecciones aprendidas				
EVALUACIÓN				
17	Establece mecanismos de autoevaluación			
18	Criterios de evaluación conocidos por todo el alumnado			
19	Criterios de calificación conocidos y disponibles para su consulta por todo el alumnado			
20	Actividades e instrumentos de evaluación referidos directamente a criterios de evaluación			
21	Utiliza técnicas e instrumentos de evaluación variados y adaptados a la diversidad			
22	Criterios de evaluación y calificación coherentes con los resultados de aprendizaje			

NA: no alcanzado
AD: alcanzado con dificultad
AE: alcanzado con éxito

OCTUBRE 2026