

# PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA

## MÓDULO PROFESIONAL:

### **COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE**

**I.E.S. RAMON MUNTANER**  
**CURSO ESCOLAR 2025-2026**

**FAMILIA:** ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN

**TÍTULO:**

X	<i>C.F.G.M. TÉCNICO EN GESTIÓN ADMINISTRATIVA.</i>
	<i>C.F.G.S. TÉCNICO SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS.</i>

**CURSO:** 1

**CÓDIGO:** 0437

**DURACIÓN HORAS:** 166

**PROFESOR:** M. Ángeles Gimeno del Olmo

## **ÍNDICE**

- 1. DATOS IDENTIFICATIVOS DEL MÓDULO.**
- 2. MARCO NORMATIVO.**
- 3. CONTEXTUALIZACIÓN DEL MÓDULO.**
- 4. RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN.**
- 5. CONTENIDOS.**
- 6. SECUENCIACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN.**
- 7. METODOLOGÍA.**
- 8. RECURSOS ORGANIZATIVOS Y DIDÁCTICOS.**
- 9. EVALUACIÓN DEL ALUMNADO.**
- 10. INTERCONEXIÓN CON EL PROYECTO INTERMODULAR.**
- 11. MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD.**
- 12. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES. DESARROLLO DE CONTENIDOS TRANSVERSALES.**
- 13. CRITERIOS DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN**

## 1. DATOS IDENTIFICATIVOS DEL MÓDULO.

El Título y el Módulo quedan identificados por los siguientes elementos:

<b>Título</b>	Técnico en Gestión Administrativa
<b>Nivel</b>	Formación Profesional de grado Medio.
<b>Duración</b>	2.000 horas
<b>Familia Profesional</b>	Administración y Gestión
<b>Referente europeo</b>	CINE-3 (Clasificación Internacional Normalizada de la Educación)
<b>Módulo Profesional</b>	Comunicación empresarial y atención al cliente
<b>Código</b>	0437
<b>Duración semanal</b>	5 horas
<b>Duración anual</b>	166 horas
<b>Curso</b>	1º

## 2. MARCO NORMATIVO.

Para aquellos módulos cuya existencia es previa a la Ley Orgánica 3/2022, de 31 de marzo, de Ordenación e Integración de la Formación Profesional, se seguirán teniendo en cuenta los Reales Decretos estatales por los que se establecen los títulos y se fijan sus enseñanzas mínimas, así como las Órdenes autonómicas por las que se desarrollan los currículos en la Comunitat Valenciana, en lo relativo a Resultados de Aprendizaje, Criterios de Evaluación y Contenidos. Todo ello sin perjuicio de la aplicación de la nueva normativa derivada de la citada Ley Orgánica y del Real Decreto 659/2023, de 18 de julio, en lo que respecta a la distribución horaria actualizada y a la dualización de Resultados de Aprendizaje para su realización en el periodo de Formación en Empresa. Por lo que para el presente Módulo Profesional se atenderá a la siguiente normativa:

X	<p><b>CFGM Técnico en Gestión Administrativa.</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>R.D.1631/2009, de 30 de octubre (BOE 01/12/2009)</b>, a través del cual se fijan sus enseñanzas mínimas.</li><li>• <b>ORDEN 37/2012, de 22 de junio</b>, por la que se establece para la Comunitat Valenciana el currículo del Ciclo Formativo.</li></ul>
	<p><b>CFGS Técnico Superior en Administración y Finanzas.</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>R.D.1584/2011 de 4 de noviembre (BOE 15/12/2011)</b>, a través del cual se fijan sus enseñanzas mínimas.</li><li>• <b>ORDEN 13/2015, de 5 de marzo</b>, por la que se establece para la Comunitat Valenciana el currículo del Ciclo Formativo.</li></ul>

Por otra parte, tanto para los módulos ya existentes como para aquellos módulos de nueva creación en el marco de la reforma de la Formación Profesional, se estará a lo dispuesto en las normas de desarrollo de la Ley Orgánica 3/2022 y el Real Decreto 659/2023, así como en los Decretos autonómicos que establecen los nuevos currículos de los Ciclos Formativos en la Comunitat Valenciana, que concretan y contextualizan los Resultados de Aprendizaje, Criterios de Evaluación y Contenidos, atendiendo además a las nuevas exigencias de digitalización, sostenibilidad y empleabilidad. Se atenderá por tanto a la normativa siguiente:

### Legislación Estatal

**Ley Orgánica 3/2022, de 31 de marzo**, de ordenación e integración de la Formación Profesional.

Real Decreto 659/2023, de 18 de julio, por el que se desarrolla la ordenación del Sistema de Formación Profesional.

### Legislación Autonómica

**ORDEN 8/2025, de 22 de abril**, de la Conselleria de Educació, Cultura, Universitats y Empleo, por la que se regula la evaluación del proceso de enseñanza-aprendizaje en ciclos formativos y cursos de especialización derivados de la Ley orgánica 3/2022, de 31 de marzo, de ordenación e integración de la Formación Profesional.

**RESOLUCIÓN de 17 de julio de 2025** de la Secretaría Autonómica de Educación, por la que se dictan instrucciones sobre ordenación académica y de organización de los centros que impartan los grados D y E de Formación Profesional durante el curso 2025-2026 en la Comunidad Valenciana.

**DECRET 114/2025, de 29 de juliol**, del Consell, pel qual s'establixen els currículums dels cicles formatius de grau mitjà i de grau superior de Formació Professional, en aplicació de la Llei orgànica 3/2022, de 31 de març, d'ordenació i integració de la Formació Professional.

### 3. CONTEXTUALIZACIÓN DEL MÓDULO.

#### 3.1. Relación con el entorno socioeconómico y productivo.

El IES Ramon Muntaner se encuentra en Xirivella, municipio de tradición industrial y de servicios, con una población diversa y en crecimiento. La localidad se caracteriza por una notable presencia de pequeñas y medianas empresas, comercios de proximidad y actividades relacionadas con la logística, la gestión administrativa y los servicios a la comunidad.

El entorno inmediato del centro incluye poblaciones como Alaquàs, Quart de Poblet, Mislata, Aldaia y Torrent, con las que comparte una realidad demográfica y laboral muy similar: población joven y activa, fuerte implantación de pymes en sectores de comercio, hostelería, transporte, asesorías y gestorías, así como una presencia creciente de empresas de servicios digitales y administrativos. Estas empresas constituyen un marco idóneo para la colaboración en la Formación en Empresa y para la empleabilidad futura del alumnado, dado que requieren de profesionales capaces de manejar herramientas ofimáticas y sistemas de gestión de la información de forma eficiente y adaptada a las necesidades productivas.

En este contexto, el módulo **Comunicación empresarial y atención al cliente** conecta directamente con el tejido empresarial de la zona, ya que aporta competencias clave en tratamiento de datos, gestión documental y comunicación digital, esenciales para la modernización y competitividad de las pymes locales.

#### 3.2. Vinculación con el perfil profesional del título de Administración y Finanzas.

El módulo **Comunicación empresarial y atención al cliente** contribuye de manera esencial al perfil profesional del Técnico Superior en Administración y Finanzas, al dotar al alumnado de las competencias digitales necesarias para el tratamiento de la información, la gestión documental y la comunicación en entornos empresariales. Estas capacidades resultan fundamentales para el desempeño de funciones administrativas, contables, financieras y comerciales en pequeñas y medianas empresas, asesorías y entidades de servicios del entorno socioeconómico próximo.

#### 3.3. Aportación del módulo a la Competencia General y a las Competencias Profesionales, Personales y Sociales del Ciclo.

El módulo **Comunicación empresarial y atención al cliente** aporta de manera directa al desarrollo de la **Competencia General** del Ciclo de Administración y Finanzas, al dotar al alumnado de la capacidad para gestionar y transmitir información de forma eficaz mediante el uso de aplicaciones informáticas, garantizando la calidad, la seguridad y la confidencialidad de los datos.

En relación con las **Competencias Profesionales, Personales y Sociales**, este módulo contribuye a:

- **Profesionales:** Tramitar documentos o comunicaciones internas o externas en los circuitos de información de la empresa, elaborar documentos y comunicaciones a partir de órdenes recibidas o información obtenida y clasificar, registrar y archivar comunicaciones y documentos según las técnicas apropiadas y los parámetros establecidos en la empresa.

- **Personales:** Fomentar la autonomía en el manejo de documentos, fomentar el pensamiento crítico en las comunicaciones, así como la capacidad de adaptación a entornos empresariales.
- **Sociales:** Favorecer la comunicación profesional clara y precisa, la colaboración en entornos digitales de trabajo en equipo y la responsabilidad en el tratamiento ético de la información, de acuerdo con la normativa sobre protección de datos y seguridad informática.

De esta manera, el módulo constituye un soporte fundamental para la digitalización de los procesos administrativos y para la adquisición de competencias transversales de empleabilidad, innovación y sostenibilidad.

### **3.4. Alumnado curso 2025/2026.**

La presente programación se llevará a cabo en el IES Ramon Muntaner, que cuenta con acciones de Formación Profesional cofinanciadas por el Fondo Social Europeo.

La P.D. de este módulo está dirigida al grupo de 1º CFGS de Administración y Finanzas que cuenta con 30 alumnos/as con edades comprendidas entre los 17 y los 45 años.

El grupo de alumnado es muy diverso en edades y en procedencia académica, puesto que algunos/as proceden de haber realizado un Ciclo Medio, otros/as de haber realizado Bachillerato, incluyendo también alumnado con carreras universitarias obtenidas fuera de España.

Algunos/as de nuestros alumnos/as están compaginando los estudios con trabajo.

Por lo general, la totalidad del grupo presenta buena motivación inicial y alta predisposición al aprendizaje y a la convivencia en el aula.

## 4. RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

De acuerdo con lo establecido en la **Ley Orgánica 3/2022, de 31 de marzo, de ordenación e integración de la Formación Profesional**, y en el **Real Decreto 659/2023, de 18 de julio, por el que se desarrolla la ordenación del Sistema de Formación Profesional**, los módulos profesionales se estructuran en torno a **Resultados de Aprendizaje (RA)** vinculados a los estándares de competencia profesional del Catálogo Nacional.

Los **Criterios de Evaluación (CE)** asociados a cada RA permiten valorar el grado de adquisición de las **capacidades competenciales** que integran las Competencias Profesionales, Personales y Sociales del Título, garantizando un proceso de evaluación objetivo, transparente y coherente con el perfil profesional del Ciclo.

A continuación se detallan los (RA) Y (CE) asociados al módulo tratado en la presente Programación.

En el **Real Decreto 1631/2009, de 30 de octubre** se detallan los **Resultados de Aprendizaje** asociados al presente módulo.

Resultados de Aprendizaje	Criterios de Evaluación
1. Selecciona técnicas de comunicación, relacionándolas con la estructura e imagen de la empresa y los flujos de información existentes en ella.	a) Se ha reconocido la necesidad de comunicación entre las personas. b) Se ha distinguido entre comunicación e información. c) Se han distinguido los elementos y procesos que intervienen en la comunicación. d) Se han reconocido los obstáculos que pueden existir en un proceso de comunicación. e) Se ha determinado la mejor forma y actitud a la hora de presentar el mensaje. f) Se han identificado los conceptos de imagen y cultura de la empresa. g) Se han diferenciado los tipos de organizaciones y su organigrama funcional. h) Se han distinguido las comunicaciones internas y externas y los flujos de información dentro de la empresa. i) Se ha seleccionado el destinatario y el canal adecuado para cada situación.
2. Transmite información de forma oral, vinculándola a los usos y costumbres socioprofesionales habituales en la empresa.	a) Se han identificado los principios básicos a tener en cuenta en la comunicación verbal. b) Se ha identificado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales. c) Se han tenido en cuenta las costumbres socioculturales y los usos empresariales. d) Se ha identificado al interlocutor, observando las debidas normas de protocolo, adaptando su actitud y conversación a la situación de la que se parte. e) Se ha elaborado el mensaje verbal, de manera concreta y precisa, valorando las posibles dificultades en su transmisión. f) Se ha utilizado el léxico y expresiones adecuados al tipo de comunicación y a los interlocutores. g) Se ha presentado el mensaje verbal elaborado utilizando el lenguaje no verbal más adecuado. h) Se han utilizado equipos de telefonía e informáticos aplicando las normas básicas de uso. i) Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y sensibilidad. j) Se han analizado los errores cometidos y propuesto las acciones correctivas necesarias.



<p>3. Transmite información escrita, aplicando las técnicas de estilo a diferentes tipos de documentos propios de la empresa y de la Administración Pública.</p>	<p>a) Se han identificado los soportes para elaborar y transmitir los documentos: tipo de papel, sobres y otros. b) Se han identificado los canales de transmisión: correo convencional, correo electrónico, fax, mensajes cortos o similares. cve: BOE-A-2009-19148 BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO Núm. 289 Martes 1 de diciembre de 2009 Sec. I. Pág. 102104 c) Se han diferenciado los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad, y confidencialidad. d) Se ha identificado al destinatario observando las debidas normas de protocolo. e) Se han clasificado las tipologías más habituales de documentos dentro de la empresa según su finalidad. f) Se ha redactado el documento apropiado, cumpliendo las normas ortográficas y sintácticas en función de su finalidad y de la situación de partida. g) Se han identificado las herramientas de búsqueda de información para elaborar la documentación. h) Se han utilizado las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos o autoedición. i) Se han cumplimentado los libros de registro de entrada y salida de correspondencia y paquetería en soporte informático y/o convencional. j) Se ha utilizado la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos establecidos para las empresas e instituciones públicas y privadas. k) Se han aplicado, en la elaboración de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).</p>
<p>4. Archiva información en soporte papel e informático, reconociendo los criterios de eficiencia y ahorro en los trámites administrativos.</p>	<p>a) Se ha descrito la finalidad de organizar la información y los objetivos que se persiguen. b) Se han diferenciado las técnicas de organización de información que se pueden aplicar en una empresa o institución, así como los procedimientos habituales de registro, clasificación y distribución de la información en las organizaciones. c) Se han identificado los soportes de archivo y registro y las prestaciones de las aplicaciones informáticas específicas más utilizadas en función de las características de la información a almacenar. d) Se han identificado las principales bases de datos de las organizaciones, su estructura y funciones e) Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiados al tipo de documentos. f) Se han realizado árboles de archivos informáticos para ordenar la documentación digital. g) Se han aplicado las técnicas de archivo en los intercambios de información telemática (intranet, extranet, correo electrónico). h) Se han reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación y detectado los errores que pudieran producirse en él. i) Se han respetado los niveles de protección, seguridad y acceso a la información, así como la normativa vigente tanto en documentos físicos como en bases de datos informáticas. j) Se han aplicado, en la elaboración y archivo de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).</p>
<p>5. Reconoce necesidades de posibles clientes aplicando técnicas de comunicación.</p>	<p>a) Se han desarrollado técnicas de comunicación y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente en situaciones de atención/asesoramiento al mismo. b) Se han identificado las fases que componen el proceso de atención al cliente/ consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación. c) Se han reconocido los errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente. d) Se ha identificado el comportamiento del cliente. cve: BOE-A-2009-19148</p>

	BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO Núm. 289 Martes 1 de diciembre de 2009 Sec. I. Pág. 102105 e) Se han analizado las motivaciones de compra o demanda de un servicio del cliente. f) Se ha obtenido, en su caso, la información histórica del cliente. g) Se ha adaptado adecuadamente la actitud y discurso a la situación de la que se parte. h) Se ha observado la forma y actitud adecuadas en la atención y asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado. i) Se han distinguido las distintas etapas de un proceso comunicativo
6. Atiende consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes aplicando la normativa vigente en materia de consumo	a) Se han descrito las funciones del departamento de atención al cliente en empresas. b) Se ha interpretado la comunicación recibida por parte del cliente. c) Se han identificado los elementos de la queja/reclamación. d) Se han reconocido las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/ reclamaciones. e) Se ha identificado y localizado la información que hay que suministrar al cliente. f) Se han utilizado los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones. g) Se ha cumplimentado, en su caso, un escrito de respuesta utilizando medios electrónicos u otros canales de comunicación. h) Se ha reconocido la importancia de la protección del consumidor. i) Se ha identificado la normativa en materia de consumo. j) Se han diferenciado los tipos de demanda o reclamación.
7. Potencia la imagen de empresa reconociendo y aplicando los elementos y herramientas del marketing.	a) Se ha identificado el concepto de marketing. b) Se han reconocido las funciones principales del marketing. c) Se ha valorado la importancia del departamento de marketing. d) Se han diferenciado los elementos y herramientas básicos que componen el marketing. e) Se ha valorado la importancia de la imagen corporativa para conseguir los objetivos de la empresa. f) Se ha valorado la importancia de las relaciones públicas y la atención al cliente para la imagen de la empresa. g) Se ha identificado la fidelización del cliente como un objetivo prioritario del marketing
8. Aplica procedimientos de calidad en la atención al cliente identificando los estándares establecidos.	a) Se han identificado los factores que influyen en la prestación del servicio al cliente. b) Se han descrito las fases del procedimiento de relación con los clientes. c) Se han descrito los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio. d) Se ha valorado la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos. e) Se han detectado los errores producidos en la prestación del servicio. f) Se ha aplicado el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas. cve: BOE-A-2009-19148 BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO Núm. 289 Martes 1 de diciembre de 2009 Sec. I. Pág. 102106 g) Se ha explicado el significado e importancia del servicio post-venta en los procesos comerciales. h) Se han definido las variables constitutivas del servicio post-venta y su relación con la fidelización del cliente. i) Se han identificado las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio post-venta. j) Se han descrito los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio post-venta, así como sus fases y herramientas.

## 4.1. Dualización de los Resultados de Aprendizaje.

A continuación se indican aquellos **R.A.** que se trabajarán en el centro educativo y los que se dualizarán, trasladándose a la empresa.

R.A.	Centro	Empresa
1. Selecciona técnicas de comunicación, relacionándolas con la estructura e imagen de la empresa y los flujos de información existentes en ella.	<b>X</b>	
2. Transmite información de forma oral, vinculándola a los usos y costumbres socioprofesionales habituales en la empresa.	<b>X</b>	
3. Transmite información escrita, aplicando las técnicas de estilo a diferentes tipos de documentos propios de la empresa y de la Administración Pública.	<b>X</b>	
4. Archiva información en soporte papel e informático, reconociendo los criterios de eficiencia y ahorro en los trámites administrativos.		<b>X</b>
5. Reconoce necesidades de posibles clientes aplicando técnicas de comunicación.	<b>X</b>	
6. Atiende consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes aplicando la normativa vigente en materia de consumo.	<b>X</b>	
7. Potencia la imagen de empresa reconociendo y aplicando los elementos y herramientas del marketing.	<b>X</b>	
8. Aplica procedimientos de calidad en la atención al cliente identificando los estándares establecidos.	<b>X</b>	

## 5. CONTENIDOS

En el **Real Decreto 1631/2009, de 30 de octubre y en la ORDEN 37/2012, de 22 de junio**, se detallan los **Contenidos** que han de ser impartidos a través del presente módulo. Estos **Contenidos** se derivan directamente de los **Resultados de Aprendizaje**.

En la siguiente tabla se puede observar la relación entre **Resultados de Aprendizaje y los Bloques de Contenido**.

A su vez, cada **Bloque de Contenido** genera una **Unidad Didáctica**.

Resultados de Aprendizaje	Bloques de contenido	Unidades Didácticas
<b>1. Selecciona técnicas de comunicación, relacionándolas con la estructura e imagen de la empresa y los flujos de información existentes en ella.</b>	<p>Selección de técnicas de comunicación empresarial:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Elementos y barreras de la comunicación.</li> <li>– Comunicación e información y comportamiento</li> <li>– Las relaciones humanas y laborales en la empresa.</li> <li>– La organización empresarial. Organigramas.</li> <li>– Principios y tipos de organización empresarial.</li> <li>– Departamentos y áreas funcionales tipo.</li> <li>– Funciones del personal en la organización.</li> <li>– Descripción de los flujos de comunicación.</li> <li>– La comunicación interna en la empresa: comunicación formal e informal.</li> <li>– La comunicación externa en la empresa. La publicidad y las relaciones públicas.</li> </ul>	<p><b>U.D.1. La comunicación empresarial.</b></p> <p><b>U.D.2. La organización de la empresa</b></p>
<b>2. Transmite información de forma oral, vinculándola a los usos y costumbres socioprofesionales habituales en la empresa.</b>	<p>Transmisión de comunicación oral en la empresa:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Principios básicos en las comunicaciones orales.</li> <li>– Normas de información y atención oral.</li> <li>– Técnicas de comunicación oral, habilidades sociales y protocolo.</li> <li>– La comunicación no verbal.</li> <li>– La comunicación verbal dentro del ámbito de la empresa.</li> <li>– La comunicación telefónica.</li> <li>– El teléfono y su uso. La centralita. Uso del listín telefónico. Normas para hablar correctamente por teléfono.</li> <li>– La informática en las comunicaciones verbales.</li> <li>– Comunicaciones en la recepción de visitas: acogida, identificación, gestión, despedida.</li> </ul>	<b>U.D. 12 Comunicación oral</b>
<b>3. Transmite información escrita, aplicando las técnicas de estilo a diferentes tipos de documentos propios de la empresa y de la Administración Pública.</b>	<p>Transmisión de comunicación escrita en la empresa:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– La comunicación escrita en la empresa.</li> <li>– Normas de comunicación y expresión escrita.</li> <li>– Características principales de la</li> </ul>	<p><b>U.D.3 y 4. La comunicación escrita</b></p> <p><b>U.D. 5. Otros documentos de la empresa y las Administraciones públicas</b></p> <p><b>U.D 6 Otros documentos en la empresa y la admon.</b></p>

	<p>correspondencia comercial.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– La carta comercial. Estructura, estilos y clases.</li> <li>– Formatos tipo de documentos de uso en la empresa y en las Administraciones Públicas.</li> <li>– Medios y equipos ofimáticos y telemáticos.</li> <li>– El correo electrónico.</li> <li>– La recepción, envío y registro de la correspondencia.</li> <li>– Servicios de correos, circulación interna de correspondencia y paquetería.</li> <li>– Aplicación de procedimientos de seguridad y confidencialidad de la información.</li> </ul>	<p><b>Pública.</b></p> <p><b>U.D.7 La correspondencia. Correos</b></p>
<p><b>4. Archiva información en soporte papel e informático, reconociendo los criterios de eficiencia y ahorro en los trámites administrativos.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Archivo de la información en soporte papel: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Clasificación y ordenación de documentos.</li> <li>• Normas de clasificación. Ventajas e inconvenientes.</li> <li>• Técnicas de archivo: Naturaleza. Finalidad del archivo.</li> <li>• Archivo de documentos. Captación, elaboración de datos y su custodia.</li> <li>• Sistemas de archivo. Convencionales. Por microfilme. Informáticos.</li> <li>• Clasificación de la información.</li> <li>• Centralización o descentralización del archivo.</li> <li>• El proceso de archivo.</li> <li>• Confección y presentación de informes procedentes del archivo.</li> <li>• La purga o destrucción de la documentación.</li> <li>• Confidencialidad de la información y documentación.</li> </ul> </li> <li>– Archivo de la información en soporte informático: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Las bases de datos para el tratamiento de la información.</li> <li>• Estructura y funciones de una base de datos.</li> <li>• Procedimientos de protección de datos.</li> <li>• Archivos y carpetas.</li> <li>• Organización en carpetas del correo electrónico y otros sistemas de comunicación telemática.</li> </ul> </li> </ul>	<p><b>U.D 8 Sistemas de ordenación I</b></p> <p><b>U.D 9 Sistemas de ordenación I</b></p> <p><b>U.D.10. Archivo en soporte papel</b></p> <p><b>U.D. 11 Archivo en soporte informático</b></p>
<p><b>5. Reconoce necesidades de posibles clientes aplicando técnicas de comunicación.</b></p>	<p>Reconocimiento de necesidades de clientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Concepto e identificación del cliente: el cliente interno; el cliente externo.</li> <li>– El conocimiento del cliente y sus motivaciones.</li> <li>– Elementos de la atención al cliente: entorno, organización y empleados.</li> <li>– Fases de la atención al cliente: la acogida, el seguimiento, la gestión y la despedida.</li> </ul>	<p><b>U.D.13 Reconocimiento de necesidades de los clientes.</b></p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– La percepción del cliente respecto a la atención recibida.</li> <li>– La satisfacción del cliente.</li> <li>– Los procesos en contacto con el cliente externo.</li> </ul>	
<b>6. Atiende consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes aplicando la normativa vigente en materia de consumo.</b>	<p>Atención de consultas, quejas y reclamaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– El departamento de atención al cliente. Funciones.</li> <li>– Valoración del cliente de la atención recibida: reclamación, queja, sugerencias, felicitación.</li> <li>– Elementos de una queja o reclamación.</li> <li>– Las fases de la resolución de quejas/reclamaciones.</li> <li>– El consumidor.</li> <li>– Instituciones de consumo:</li> <li>– Normativa en materia de consumo:</li> <li>– Procedimiento de recogida de las reclamaciones y denuncias.</li> <li>– Tramitación y gestión.</li> </ul>	<b>U.D. 14 Atención de consultas, quejas y reclamaciones</b>
<b>7. Potencia la imagen de empresa reconociendo y aplicando los elementos y herramientas del marketing.</b>	<p>Potenciación de la imagen de la empresa:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– El marketing en la actividad económica: su influencia en la imagen de la empresa.</li> <li>– Naturaleza y alcance del marketing.</li> <li>– Políticas de comunicación.</li> <li>• La publicidad: Concepto, principios y objetivos.</li> <li>• Las relaciones públicas.</li> <li>• La Responsabilidad Social Corporativa.</li> </ul>	<b>U.D. 15 Potenciación de la imagen de la empresa.</b>
<b>8. Aplica procedimientos de calidad en la atención al cliente identificando los estándares establecidos.</b>	<p>Aplicación de procedimientos de calidad en la atención al cliente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– La calidad de servicio como elemento de la competitividad de la empresa.</li> <li>– Tratamiento de anomalías producidas en la prestación del servicio.</li> <li>– Procedimientos de control del servicio.</li> <li>– Evaluación y control del servicio.</li> <li>– Control del servicio postventa.</li> <li>– La fidelización del cliente.</li> </ul>	<b>U.D 16 Aplicación de procedimientos de calidad en la atención al cliente</b>

## 6. SECUENCIACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN

EVAL.	FECHAS	UNIDADES
<b>Primera</b>	<b>9 sept.-17 dic.</b>	U.D.1. La comunicación empresarial. U.D.2. La organización de la empresa U.D.3 y 4. La comunicación escrita U.D. 5. Otros documentos de la empresa y las Administraciones públicas U.D. 6 La correspondencia. Correos
<b>Segunda</b>	<b>18 dic.- 2 mar.</b>	U.D.7. Sistemas de ordenación y clasificación U.D.8. Archivo en soporte papel U.D. 9 Archivo en soporte informático U.D. 10 Comunicación oral
<b>Tercera</b>	<b>3 mar.-3 junio.</b>	U.D.11 Reconocimiento de necesidades de los clientes. U.D. 12 Atención de consultas, quejas y reclamaciones U.D. 13 Potenciación de la imagen de la empresa U.D.14. Aplicación de procedimientos de calidad en la atención al cliente

Durante este periodo debe tenerse en cuenta que el alumnado de **1º de CFGM** realizará la **Formación en Empresa** entre el **4 y el 29 de mayo**, lo que supone un total de cuatro semanas fuera del centro educativo. En este tiempo, el alumnado deberá alcanzar específicamente el **Resultado de Aprendizaje RA4**, de acuerdo con lo establecido en la planificación del módulo y en coordinación con las empresas colaboradoras.



## 7. METODOLOGÍA.

La metodología del módulo se basa en un enfoque **activo, competencial y digital**, situando al alumnado como protagonista de su propio aprendizaje y garantizando la transferencia práctica a entornos profesionales.

### 7.1. Metodologías activas.

Metodologías activas aplicables

#### 1. Aprendizaje Basado en Proyectos (ABP)

- Los alumnos trabajan en un proyecto realista: por ejemplo, diseñar el protocolo de atención al cliente para una empresa ficticia.
- Incluye la elaboración de guiones de llamadas, respuestas a correos electrónicos, o manuales de comunicación interna.

#### 2. Aprendizaje Basado en Retos (ABR)

Plantea casos prácticos: un cliente insatisfecho, un correo mal redactado, una reclamación en ventanilla.

Los alumnos deben analizar la situación, buscar soluciones y exponer la mejor alternativa.

#### 3. Simulación de roles / Role playing

Cada alumno adopta un rol: cliente, proveedor, administrativo, gestor comercial.

Se recrean negociaciones de compraventa, reclamaciones o devoluciones.

Mejora la comunicación, las habilidades sociales y el uso de la terminología profesional.

### 7.2. Integración de herramientas digitales.

- Entorno **Lliurex**, paquete **Libre Office (Writer, Calc, Impress)** y paquete **Office 365** (Word, Excel, Access, Outlook, OneDrive).
- **Moodle/Aules** como plataforma de apoyo, repositorio de contenidos y canal de comunicación.
- Recursos multimedia, actividades gamificadas mediante plataformas interactivas.

### 7.3. Organización metodológica.

- Presentación al inicio de cada evaluación de la planificación, instrumentos y criterios de calificación (accesibles en Aules).
- Valoración inicial de conocimientos previos en cada unidad.
- Introducción de la **utilidad profesional** de cada contenido desde el inicio.



- Explicaciones expositivas breves apoyadas en recursos audiovisuales.
- Prácticas individuales para asimilar procedimientos y **prácticas integradas** con contenidos de otros módulos.
- Actividades de grupo para exposición, investigación y refuerzo colaborativo.
- Actividades de repaso y consolidación mediante dinámicas de juego digital.

#### **7.4. Adaptaciones y flexibilización metodológica.**

- Adecuación de materiales y recursos para alumnado con **necesidades específicas de apoyo educativo**.
- Flexibilización en plazos y formatos de entrega cuando sea necesario.
- Tutorías personalizadas y uso de entornos digitales accesibles.

#### **7.5. Orientación transversal.**

- Visión integradora e interdisciplinar: interrelación de contenidos del módulo con otros del Ciclo (por ejemplo Empresa y Administración).
- Desarrollo de competencias transversales: digitalización, sostenibilidad, trabajo en equipo, comunicación y autonomía.
- Fomento de la actitud crítica, búsqueda de información actualizada y adaptación a nuevas herramientas tecnológicas.

## 8. RECURSOS ORGANIZATIVOS Y DIDÁCTICOS.

El/la profesor/a facilitará al alumnado los materiales, escritos, o en formato electrónico, necesarios para el seguimiento de las actividades de enseñanza-aprendizaje: apuntes, enunciados de los ejercicios a realizar, y materiales adicionales que se requieran para los mismos.

Se hará uso de los recursos necesarios para el buen desarrollo del proceso de enseñanza-aprendizaje:

- Equipos y soportes de archivo manual e informático.
- Periféricos de entrada y de salida.
- Software de base, software Standard, paquetes integrados (Libre Office).
- Proyector y pantalla.
- Actividades elaboradas por el profesor.
- Páginas web relacionadas con los contenidos.
- Tutoriales y videotutoriales de elaboración propia.
- Plataforma digital de aprendizaje a través del juego (Kahoot).
- Office 365 y su aplicación One Drive, como plataforma para compartir archivos y realizar trabajos en equipo. Se justifica el uso de esta plataforma, por el hecho de su libre uso, así como por la potencialidad de uso por parte de los/as alumnos/as en su aplicación práctica y profesional.
- Office 365 y su aplicación de correo electrónico Microsoft Outlook.
- Office 365 y su plataforma de colaboración digital Microsoft Teams.
- La entrega de las prácticas individuales y actividades grupales se realizarán a través de la plataforma digital **AULES**. En ella se compartirán los materiales de aula de cada una de las unidades didácticas, actividades, novedades, enlaces con videos y páginas web relacionados con el módulo, fechas de examen y resultados de los mismos, y una variedad de recursos a disposición del alumnado con el objetivo de favorecer la atención a la diversidad y el aprendizaje autónomo del alumnado. Igualmente el alumnado enviará actividades y trabajos en formato digital para su corrección y calificación.
- También será de uso diario la aplicación ITACA, para anotar las faltas de asistencia, comportamientos, comunicaciones con las familias y también para confirmar nuestra asistencia, ya que la FP está cofinanciada con Fondos Europeos. Además pondremos las calificaciones en cada evaluación y podremos extraer informes de faltas de asistencia con diferentes criterios.
- El material que deben llevar a clase los/as alumnos/as obligatoriamente será una libreta, bolígrafo y una carpeta donde archivar los ejercicios y fotocopias entregadas en clase por el profesor.

*En caso excepcional, si se tuvieran que suspender las clases presenciales durante un período de tiempo y estas continuaran en modalidad a distancia, se utilizarían aplicaciones como **TEAMS**, para el contacto con el alumnado a través de videoconferencia. Los contenidos serían compartidos y evaluados en la plataforma **AULES**, de forma progresiva a lo largo de todo el curso. Es por ello que en la modalidad presencial actual, se enseñarán y se trabajarán en el aula las diferentes posibilidades de esta plataforma, así como la interfaz de usuario, para dar una mayor autonomía e independencia al alumnado en caso de que se confirmara la modalidad educativa a distancia. Los criterios e instrumentos de calificación seguirán siendo los mencionados en el apartado 8 de esta programación.*

## 9. EVALUACIÓN DEL ALUMNADO.

### 9.1. Momentos de la evaluación.

La evaluación tiene que venir marcada por los momentos que definen el proceso continuo de enseñanza-aprendizaje:

#### Evaluación inicial:

Se realiza a comienzos del proceso para obtener información sobre la situación de cada alumno y alumna, y para detectar la presencia de dificultades que actúan como obstáculos para el aprendizaje posterior. Esto comportará una atención a sus diferencias y una metodología adecuada para cada caso.

**Fecha evaluación inicial: 02 de octubre de 2025.**

#### Evaluación formativa:

Tipo de evaluación que pretende regular, orientar y corregir el proceso educativo, al proporcionar una información constante que permitirá mejorar tanto los procesos como los resultados de la intervención educativa.

**1ª Evaluación: 17 de diciembre de 2025.**

**2ª Evaluación: 02 de marzo de 2026.**

#### Evaluación sumativa:

##### **a) Evaluación Final (Ordinaria).**

Se trata de valorar los resultados finales de aprendizaje.

**Evaluación Final (Ordinaria): 03 de junio de 2026.**

##### **b) Evaluación Final (Extraordinaria).**

Está destinada al alumnado que no haya superado la evaluación final ordinaria. Permite una nueva oportunidad de acreditar la adquisición de los Resultados de Aprendizaje del módulo, mediante la realización de pruebas, trabajos prácticos o proyectos de recuperación definidos por el equipo docente.

**Evaluación Final (Extraordinaria): 17 de junio de 2026.**

## 9.2. Instrumentos de evaluación.

Para llevar a cabo la evaluación de la manera más completa posible, se utilizarán los siguientes instrumentos de evaluación:

- **Exámenes-Pruebas objetivas de desarrollo teórico, aplicaciones prácticas y/o cuestionarios:** Se diseñarán específicamente para cada RA e incluirán de forma explícita los **Criterios de Evaluación** asociados. La calificación se obtendrá en función del grado de consecución de dichos criterios.
- **Trabajos y actividades desarrolladas durante el curso:** el alumnado realizará ejercicios, proyectos y tareas aplicadas que serán valoradas mediante **rúbricas**. Cada rúbrica recogerá los **Criterios de Evaluación** vinculados al RA correspondiente, garantizando así una valoración objetiva, coherente y transparente del aprendizaje.

De este modo, todos los instrumentos de evaluación quedan directamente alineados con los **Resultados de Aprendizaje** y sus **Criterios de Evaluación**, asegurando la trazabilidad entre enseñanza, aprendizaje y evaluación.

## 9.3. Sistema de calificación y recuperación.

### Criterios de calificación.

La calificación del módulo se expresará en valores numéricos de 1 a 10. Se considerarán positivas las iguales o superiores a 5 y negativas las restantes.

Para obtener las calificaciones se ponderará de la siguiente manera:

- **Exámenes-Pruebas objetivas: 70%:** mínimo **5 puntos sobre 10** para poder hacer media ponderada con el resto de los instrumentos de evaluación.
- **Trabajos y actividades individuales y grupales realizadas durante la evaluación: 30%:** mínimo **5 puntos sobre 10** para poder hacer media ponderada con el resto de los instrumentos de evaluación.

Será necesaria la entrega de al menos el **80% de las actividades** correctamente realizadas para que esta calificación pueda promediar. Si un alumno no asiste a clase será el responsable de preguntar por las prácticas realizadas ese día, y comprometerse a entregarlas posteriormente.

En la calificación de las prácticas de clase o trabajos en general, así como en los exámenes teóricos y prácticos, se valorará la expresión escrita del alumnado, de manera que los errores ortográficos, gramaticales o de expresión, influirán en la nota como máximo en **1 punto**.

En la siguiente tabla se muestra el método de obtención de las calificaciones de cada evaluación así como la nota final del módulo.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE – UNIDADES DIDÁCTICAS	A) Calificación Pruebas objetivas (70%)	B) Calificación Actividades (30%)	Calificación Unidad	Ponderación Unidad
U.D.1. La comunicación empresarial R.A 1	A) Nota media pruebas x 0,70	B) Nota media Actividades x 0,30	Suma A+B	4.5%
U.D.2. La organización de la empresa RA 1	A) Nota media pruebas x 0,70	B) Nota media Actividades x 0,30	Suma A+B	3.5%
U.D.3 y 4. La comunicación escrita R.A 2	A) Nota media pruebas x 0,70	B) Nota media Actividades x 0,30	Suma A+B	5%
U.D. 5. Otros documentos de la empresa y las Administraciones públicas R.A 2	A) Nota media pruebas x 0,70	B) Nota media Actividades x 0,30		8%
U.D 6 Otros documentos en la empresa y la admon. R.A 2	A) Nota media pruebas x 0,70	B) Nota media Actividades x 0,30	Suma A+B	8%
U.D.7 La correspondencia. Correos R.A 3	A) Nota media pruebas x 0,70	B) Nota media Actividades x 0,30	Suma A+B	8%
U.D 8 Sistemas de ordenación I R.A 4	A) Nota media pruebas x 0,70	B) Nota media Actividades x 0,30	Suma A+B	8%
U.D 9 Sistemas de ordenación II R.A 4	A) Nota media pruebas x 0,70	B) Nota media Actividades x 0,30	Suma A+B	8%
U.D.10. Archivo en soporte papel R.A 4	A) Nota media pruebas x 0,70	B) Nota media Actividades x 0,30	Suma A+B	5%
U.D. 11 Archivo en soporte informático R.A 4	A) Nota media pruebas x 0,70	B) Nota media Actividades x 0,30	Suma A+B	5%
U.D. 12 Comunicación oral R.A 2	A) Nota media pruebas x 0,70	B) Nota media Actividades x 0,30	Suma A+B	8%
U.D.13 Reconocimiento de necesidades de los clientes R.A. 5	A) Nota media pruebas x 0,70	B) Nota media Actividades x 0,30	Suma A+B	7%
U.D. 14 Atención de consultas, quejas y reclamaciones R.A 6	A) Nota media pruebas x 0,70	B) Nota media Actividades x 0,30	Suma A+B	8%
U.D. 15 Potenciación de la imagen de la empresa. R.A 7	A) Nota media pruebas x 0,70	B) Nota media Actividades x 0,30	Suma A+B	8%
U.D 16 Aplicación de procedimientos de calidad en la atención al cliente R.A 8	A) Nota media pruebas x 0,70	B) Nota media Actividades x 0,30	Suma A+B	6%
<b>TOTAL</b>				<b>100%</b>

**La nota final del módulo** será la nota media ponderada de las calificaciones de todas las Unidades Didácticas, siempre que hayan conseguido **5 puntos** como mínimo, en la calificación de cada Unidad.

**La nota obtenida para cada evaluación** será redondeada por defecto, tomándose para la nota final del módulo la nota real con 2 decimales.

Sólo en la evaluación final la nota será redondeada por exceso a partir de (´6), siempre que sea superior a 5 puntos. Es decir ante el hipotético caso de un 4´7, el profesor podrá decidir no aprobar al alumno/a, puesto que en esta nota están incluidos todos los instrumentos de evaluación que forman parte de esta calificación.

### Sistema de recuperación.

No se realizarán recuperaciones parciales, de las pruebas objetivas realizadas a lo largo de la evaluación.

Los/as alumnos/as con Resultados de Aprendizaje-Unidades Didácticas pendientes las recuperarán en la **Evaluación Ordinaria**, examinándose sólo de la parte pendiente.

Aquellos/as alumnos/as que no superen el módulo en la Evaluación Ordinaria de junio tendrán una **Convocatoria Extraordinaria** con toda la materia impartida en el módulo. **La nota máxima en esta Evaluación Extraordinaria será de 5 puntos.**

### Otros aspectos.

El alumno/a que NO se presente a un examen podrá repetirlo en el periodo de esa evaluación siempre que sea por motivos familiares graves, enfermedad del alumno/a CON JUSTIFICANTE MÉDICO, o tener que realizar actos administrativos precisos ese día (En la medida de lo posible si sabe la fecha con antelación la debe comunicar).

Si la ausencia el día del examen no está debidamente justificada la nota de la prueba será de 0 puntos.

### Anulación de matrícula o pérdida del derecho a la evaluación continua.

#### **a) Anulación de matrícula por inasistencia.**

Se calcula **sobre el total de horas del curso** (suma de todos los módulos matriculados ese año).

Si el alumno/a acumula:

- **Más del 15% de faltas injustificadas** respecto a ese total. (Ej: 15% sobre 2000 horas= 300 horas).
- **10 días lectivos consecutivos sin justificar,**

Entonces: **se le anula la matrícula completa.**

**Efecto:** ya **no está matriculado**, pierde plaza y no se le evalúa **de ningún módulo.**

#### **b) Pérdida del derecho a evaluación continua.**

Se evalúa **módulo por módulo.**

Si en **un módulo profesional concreto** el alumno/a:

- **Supera en un 15% la falta de asistencia exigida para el módulo (horas anuales del módulo).**

Entonces: **pierde el derecho a evaluación continua SOLO en ese módulo.**

- **Efecto:** sigue matriculado, pero **se le aplica evaluación final o extraordinaria**, según establezca el equipo docente.



## 10. INTERCONEXIÓN CON EL PROYECTO INTERMODULAR

El módulo *Comunicación empresarial y atención al cliente* aporta las competencias digitales y documentales necesarias para el desarrollo del Proyecto Intermodular en cualquiera de sus modalidades, garantizando la calidad técnica y formal del trabajo final.

La relación se concreta en los siguientes **Resultados de Aprendizaje**:

**R.A 7. Potencia la imagen de empresa reconociendo y aplicando los elementos y herramientas del marketing.**

**R.A 2. Transmite información de forma oral, vinculándola a los usos y costumbres socioprofesionales habituales en la empresa.**

**R.A 3. Transmite información escrita, aplicando las técnicas de estilo a diferentes tipos de documentos propios de la empresa y de la Administración Pública.**

## 11. MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD.

La atención a la diversidad en el módulo se desarrollará conforme a lo dispuesto en el **Decreto 104/2018**, la **Orden 20/2019** y la **Resolución de 24 de julio de 2019**, garantizando los principios de inclusión, equidad e igualdad de oportunidades.

Se adoptarán las siguientes medidas generales:

- **Adaptaciones curriculares y metodológicas:** flexibilización en actividades, recursos y tiempos, priorizando siempre la consecución de los Resultados de Aprendizaje.
- **Medidas específicas para alumnado con NEE o dificultades transitorias:** seguimiento coordinado con el Departamento de Orientación y aplicación de estrategias de apoyo personalizadas.

Las **adaptaciones individuales específicas** se concretarán en documentos propios de cada alumno/a, elaborados y revisados en coordinación con el equipo docente y el Departamento de Orientación, a partir de la información obtenida en la evaluación inicial y el seguimiento posterior.

## 12. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES. DESARROLLO DE CONTENIDOS TRANSVERSALES.

El departamento de Administración y Gestión propondrá **actividades complementarias y extraescolares** dirigidas al alumnado de cada ciclo formativo con el fin de reforzar no solo los contenidos propios de cada módulo, sino también los **contenidos transversales** establecidos en la normativa. Estas actividades se conciben como una oportunidad de acercar al alumnado a la realidad empresarial y social, mejorando su formación integral y su empleabilidad.

En el módulo *Comunicación empresarial y atención al cliente*, además de las actividades propias de aula, se trabajarán de manera explícita los siguientes contenidos transversales:

- **Trabajo en equipo y comunicación:** realización de proyectos colaborativos, dinámicas grupales y resolución conjunta de casos prácticos.
- **Prevención de riesgos laborales y salud postural:** pautas sobre uso seguro de equipos informáticos y ergonomía en el puesto de trabajo.
- **Ética profesional:** fomento de la calidad, la eficiencia y la autoría personal en el trabajo.
- **Realidad empresarial e iniciativa emprendedora:** análisis de documentación de empresas reales y casos prácticos de emprendimiento.
- **Comprensión lectora y expresión escrita/oral:** actividades de lectura crítica, redacción de informes y exposiciones con herramientas digitales (Impress, PowerPoint, Canva, Prezi, etc.).
- **Igualdad y respeto:** utilización de un lenguaje inclusivo y promoción de la igualdad de oportunidades.
- **Sostenibilidad:** sensibilización en el uso responsable de recursos digitales y energéticos, aplicando criterios de eficiencia y cuidado medioambiental en el trabajo administrativo.
- **Digitalización:** desarrollo intensivo de la competencia digital a través del manejo de aplicaciones ofimáticas, entornos colaborativos (Teams, Aules) y almacenamiento en la nube.

Las **actividades complementarias y extraescolares** se orientarán a consolidar estos aprendizajes, vinculando la teoría con la práctica y promoviendo la adquisición de competencias profesionales, personales y sociales en un entorno real y contextualizado.

## 13. CRITERIOS DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN.

La evaluación de la práctica docente constituye una obligación profesional y un medio para garantizar la calidad del proceso de enseñanza-aprendizaje. Se realizará de forma continua, reflexionando sobre la selección y secuenciación de contenidos, la adecuación de

actividades, los recursos empleados, la motivación y participación del alumnado, así como los resultados obtenidos.

### 13.1. Procedimiento para la autoevaluación docente.

- Registro sistemático de incidencias y observaciones en un **diario de aula**.
- Uso de **rúbricas de autoevaluación** para analizar aspectos concretos (planificación, metodología, recursos, atención a la diversidad, transversalidad).
- Aplicación de **cuestionarios o encuestas al alumnado** para recoger información sobre la percepción del proceso de enseñanza y aprendizaje.
- Revisión periódica de los resultados académicos y del grado de cumplimiento de la programación.

### 13.2. Indicadores de calidad y mejora.

- Adecuación de la planificación (número y duración de actividades, interés y significatividad para el aprendizaje).
- Porcentaje de unidades didácticas impartidas sobre las programadas.
- Ajuste de la temporalización prevista respecto a la real.
- Porcentaje de alumnado que alcanza los Resultados de Aprendizaje programados.
- Integración de metodologías activas, aprendizaje colaborativo y uso de TIC.
- Inclusión efectiva de medidas de atención a la diversidad y de contenidos transversales (sostenibilidad, igualdad, digitalización).

### 13.3. Revisión anual en el departamento didáctico.

La programación será revisada al finalizar el curso en la reunión de departamento, a partir de los datos recogidos y de los indicadores analizados. De esta revisión se derivarán **propuestas de mejora** que se incorporarán a la programación del curso siguiente, con el objetivo de adaptarla mejor a las características del alumnado, a las demandas del entorno productivo y a la evolución normativa.