

Centro educativo: CEBEM (Vigo)	Código: 36013795	Ano académico: 2019/2020
Código familia profesional: ADG	Código do ciclo formativo: CMADG01	CFGS Réxime xeral ordinario
<p>ADAPTACIÓN DA PROGRAMACIÓN DIDACTICA</p> <p>Comunicación empresarial e atención á clientela</p> <p>CFGM Xestión Administrativa</p>		
MP0437	Comunicación empresarial e atención á clientela	Xestión Administrativa (2º) 147 Sesións anuais
Profesorado asignado ao módulo: SUSANA MARTA RODRÍGUEZ DOMÍNGUEZ		

ÍNDICE

1. ESTÁNDARES DE APRENDIZAXE E COMPETENCIAS IMPRESCINDIBLES	páx. 3
2. AVALIACIÓN E CUALIFICACIÓN	páx. 6
3. METODOLOXÍA E ACTIVIDADES DO 3º TRIMESTRE (recuperación, reforzo, repaso e no seu caso ampliación).....	páx. 10
4. INFORMACIÓN E PUBLICIDADE.....	páx. 13

Segundo as instrucións do 27 de abril de 2020, da Dirección Xeral de Educación, formación profesional e Innovación Educativa para o desenvolvemento do terceiro trimestre do curso académico 2019/2020, nos centros docentes da Comunidade autónoma de Galicia.

O terceiro trimestre quedará enfocado ao repaso, reforzo, recuperación e adaptado en función de cada etapa, área ou materia, tendo en conta a situación de cada alumno ou alumna coa fin de non sobrecargalos de tarefas excesivas. Pode entrar materia nova para favorecer o progreso na aprendizaxe pero non se avaliará de xeito independente para facer media coas cualificacións anteriores.

Servirá para mellorar a cualificación na primeira e segunda avaliacións. Cómpre polo tanto facer unha adaptación da programación correspondente a cada un dos módulos.

No caso do presente módulo **Comunicación empresarial e atención á clientela** quedará como se indica:

1. ESTÁNDARES DE APRENDIZAXE E COMPETENCIAS IMPRESCINDIBLES

ESTÁNDARES DE APRENDIZAXE E COMPETENCIAS IMPRESCINDIBLES		
UNIDADE DICÁCTICA	Estándar de aprendizaxe	Criterio de avaliación
U1 A Organización e a comunicación na empresa	RA1 - Selecciona técnicas de comunicación en relación coa estrutura e a imaxe da empresa, e cos fluxos de información existentes nela.	CA1.1 Recoñeceuse a necesidade de comunicación entre as persoas CA1.2 Distinguiuse entre comunicación e información CA1.3 Distinguíronse os elementos e os procesos que interveñen na comunicación CA1.4 Recoñecéronse os obstáculos que poidan existir nun proceso de comunicación CA1.5 Determinouse o mellor xeito e a mellor actitude á hora de presentar a mensaxe CA1.6 Identificáronse os conceptos de imaxe e cultura da empresa CA1.7 Diferenciáronse os tipos de organizacións e o seu organigrama funcional CA1.8 Distinguíronse as comunicacións internas e externas, e os fluxos de información dentro da empresa CA1.9 Seleccionouse o destinatario e a canle acaída para cada situación.
U2 A comunicación oral na empresa U3 As comunicacións telefónicas	RA2 - Transmite información de xeito oral, tendo en conta os usos e os costumes socioprofesionais habituais da empresa	CA2.1 Identificáronse os principios básicos que cumpra ter en conta na comunicación verbal CA2.2 Identificouse o protocolo de comunicación verbal e non verbal nas comunicacións presenciais e non presenciais. CA2.3 Tivéronse en conta os costumes socioculturais e os usos empresariais CA2.4 Identificouse o interlocutor consonte as debidas normas de protocolo, e adaptouse a actitude e a conversa á situación da que se parta. CA2.5 Elaborouse a mensaxe verbal de maneira concreta e precisa, tendo en conta as dificultades posibles na súa transmisión CA2.6 Utilizáronse as expresións e o léxico que mellor se adapten ao tipo de comunicación e ás persoas interlocutoras. CA2.7 Presentouse a mensaxe verbal elaborada utilizando a linguaxe non verbal máis axeitada CA2.8 Utilizáronse equipamentos de telefonía e informáticos, e aplicáronse as normas básicas de uso CA2.9 Valorouse se a información se transmite con claridade, de xeito estruturado, con precisión, con cortesía, con respecto e con sensibilidade. CA2.10 Analizáronse os erros cometidos e propuxéronse as accións correctivas necesarias

<p>U4 Comunicación escrita na empresa</p>	<p>RA3 - Transmite información escrita aplicando as técnicas de estilo a cada tipo de documento propio da empresa e da Administración pública</p>	<p>CA3.1 Identificáronse os soportes e as canles para elaborar e transmitir os documentos CA3.2 Diferenciáronse os soportes máis apropiados en función dos criterios de rapidez, seguridade e confidencialidade CA3.3 Identificouse o destinatario cumprindo as normas de protocolo CA3.4 Diferenciáronse as estruturas e os estilos de redacción propios da documentación profesional CA3.5 Redactouse o documento apropiado utilizando unha estrutura, unha terminoloxía e unha forma axeitadas, en función da súa finalidade e da situación de partida CA3.6 Utilizáronse as aplicacións informáticas de procesamento de textos e auto edición, así como as súas ferramentas de corrección. CA3.7 Publicáronse documentos con ferramentas de web 2.0 CA3.8 Adecuouse a documentación escrita ao manual de estilo de organizacións tipo CA3.9 Utilizouse a normativa sobre protección de datos e conservación de documentos establecidos para as empresas e institucións públicas e privadas. CA3.10 Aplicáronse, na elaboración da documentación, as técnicas dos tres erres (reducir, re utilizar e reciclar). CA3.11 Aplicáronse técnicas de transmisión da imaxe corporativa nas comunicacións escritas, e valorouse a súa importancia para as organizacións</p>
<p>U5 A comunicación telemática na empresa</p> <p>U6 O tratamento da información</p> <p>U7 Os arquivos convencionais e informáticos</p> <p>U8 A clasificación e a ordenación dos documentos</p> <p>U9 A Lei de Protección de Datos</p>	<p>RA3 - Transmite información escrita aplicando as técnicas de estilo a cada tipo de documento propio da empresa e da Administración pública</p> <p>RA4 - Arquiva información en soporte impreso e informático, e recoñece os criterios de eficiencia e aforro nos trámites administrativos</p>	<p>CA3.7 Identificáronse as ferramentas de procura de información para elaborar a documentación CA4.2 Determináronse as vantaxes e os inconvenientes da utilización dos medios de transmisión da comunicación escrita. CA3.8 Utilizáronse as aplicacións informáticas de procesamento de textos ou auto edición CA3.9 Formalizáronse os libros de rexistro de entrada e saída de correspondencia e paquetería en soporte informático e convencional CA3.10 Utilizouse a normativa sobre protección de datos e conservación de documentos establecidos para as empresas, e para as institucións públicas e privadas</p> <p>CA4.1 Describiuse a finalidade de organizar a información, así como os obxectivos perseguidos CA4.2 Diferenciáronse as técnicas de organización de información que se poidan aplicar nunha empresa ou nunha institución, así como os procedementos habituais de rexistro, clasificación e distribución da información nas organizacións CA4.3 Identificáronse os soportes de arquivo e rexistro, así como as prestacións das aplicacións informáticas específicas máis utilizadas, en función das características da información que se almacenes CA4.4 Identificáronse as principais bases de datos das organizacións, a súa estrutura e as súas funcións CA4.5 Determináronse os sistemas de clasificación, rexistro e arquivo acaídos para o tipo de documentos CA4.6 Realizáronse árbores de arquivos informáticos para ordenar a documentación dixital CA4.7 Aplicáronse as técnicas de arquivo nos intercambios de información telemática (intranet, extranet, correo electrónico, etc.). CA4.8 Recoñecéronse os procedementos de consulta e conservación da información e da documentación CA4.9 Respectáronse os niveis de protección, seguridade e acceso á información segundo a normativa CA4.10 Aplicáronse, na elaboración e no arquivo da documentación, as técnicas dos tres erres (reducir, re utilizar e reciclar) a correspondencia electrónica</p>

<p>U10 O Márketing e a actividade empresarial</p>	<p>RA7 - Potencia a imaxe de empresa, para o que aplica elementos e ferramentas do márketing</p>	<p>CA7.1 Identifícase o concepto de márketing. CA7.2 Recoñécéronse as funcións principais do márketing CA7.3 Valorouse a importancia do departamento de márketing CA7.4 Diferenciáronse ferramentas e elementos do márketing CA7.5 Valorouse a importancia da imaxe corporativa para conseguir os obxectivos da empresa CA7.6 Valorouse a importancia das relacións públicas e a atención á clientela para a imaxe da empresa CA7.7 Identifícase a fidelización da clientela como un obxectivo prioritario do márketing</p>
<p>U11 O cliente e a empresa</p>	<p>RA5 - Recoñece necesidades de posibles clientes aplicando técnicas de comunicación</p>	<p>CA5.1 Desenvolvéronse técnicas de comunicación e habilidades sociais que faciliten a empatía coa clientela en situacións de atención ou asesoramento CA5.2 Identifícanse as fases do proceso de atención á clientela ou ás persoas consumidoras ou usuarias, a través de diferentes canles de comunicación CA5.3 Recoñécéronse os erros que se cometen máis habitualmente na comunicación coa clientela. CA5.4 Identifícase o comportamento da clientela CA5.5 Analizáronse as motivacións de compra ou demanda CA5.6 Obtívose a información histórica da clientela CA5.7 Adaptouse adecuadamente a actitude e o discurso CA5.8 Tívoise en conta a adecuación da forma e da actitude na atención e no asesoramento á clientela, en función da canle de comunicación utilizada CA5.9 Distinguíronse as etapas dun proceso comunicativo</p>
<p>U12 A Xestión do servizo ao cliente</p>	<p>RA6 - Atende consultas, queixas e reclamacións de posibles clientes, aplicando a normativa en materia de consumo. RA8 - Aplica procedementos de calidade na atención á clientela, e identifica os estándares establecidos</p>	<p>CA6.1 Descríbense as funcións do departamento de atención á clientela en empresas CA6.2 Interpretouse a comunicación recibida pola clientela CA6.3 Identifícanse os elementos da queixa ou da reclamación CA6.4 Recoñécéronse as fases do plan interno de resolución de queixas e reclamacións CA6.5 Identifícase e localízase a información que cumpra subministrarlle á clientela CA6.6 Utilizáronse os documentos propios da xestión de consultas, queixas e reclamacións CA6.7 Formalizouse, de ser o caso, un escrito de resposta utilizando medios electrónicos ou outras canles de comunicación CA6.8 Recoñeceuse a importancia da protección do consumidor CA6.9 Identifícase a normativa en materia de consumo CA6.10 Diferenciáronse os tipos de demanda ou reclamación CA8.1 Identifícanse os factores que inflúen na prestación do servizo á clientela CA8.2 Descríbense as fases do procedemento de relación coa clientela CA8.3 Descríbense os estándares de calidade definidos na prestación do servizo CA8.4 Valorouse a importancia dunha actitude pro activa para se adiantar á incidencias nos procesos. CA8.5 Detectáronse os erros producidos na prestación do servizo CA8.6 Aplicouse o tratamento adecuado na xestión das anomalías producidas CA8.7 Explicouse o significado e a importancia do servizo pos venda nos procesos comerciais CA8.8 Definíronse as variables constitutivas do servizo pos venda e a súa relación coa fidelización da clientela CA8.9 Identifícanse as situacións comerciais que precisan seguimento e servizo pos venda CA8.10 Descríbense os métodos máis utilizados habitualmente no control de calidade do servizo pos venda, así como as súas fases e as súas ferramentas</p>

2. AVALIACIÓN E CUALIFICACIÓN

Pódese comprobar que ata a Unidade didáctica 12 a programación e coincidente coa xeral que tiña presentada ao inicio do ano escolar 2019/2020.

MÍNIMOS ESIXIBLES PARA ALCANZAR A AVALIACIÓN POSITIVA E OS CRITERIOS DE CUALIFICACIÓN

UNIDADES DE TRABAJO:

1: A ORGANIZACIÓN E A COMUNICACIÓN NA EMPRESA

- Comprender os conceptos de empresa e de empresario.
- Diferenciar os elementos que compoñen a empresa.
- Recoñecer as clases de empresa segundo o sector produtivo, a súa forma xurídica e o nº de propietarios.
- Identificar os diferentes departamentos da empresa.
- Saber o significado de relación interdepartamental e confeccionar organigramas

2: A COMUNICACIÓN ORAL NA EMPPPESA

- Recoñecer a necesidade de comunicación entre as persoas.
- Distinguir entre comunicación e información.
- Saber os elementos (verbais e non verbais) e procesos que interveñen na comunicación.
- Recoñecer os obstáculos (barreiras) que poden existir nun proceso de comunicación

3: AS COMUNICACIÓNS TELEFÓNICAS

- Diferenciar entre comunicación e información.
- Distinguir as comunicacións internas e externas e os fluxos de información dentro da empresa.
- Saber relacionar a comunicación coa imaxe da empresa.
- Recoñecer a importancia de aplicar na comunicación oral claridade, brevidade, cortesía e protocolo.
- Diferenciar a atención ao cliente presencial e a non presencial.
- Identificar os principios básicos a ter en conta na comunicación verbal.
- Elaborar e transmitir mensaxes escritas/orais, sinxelos, precisos e correctos para o seu uso en determinadas situacións (avisos, teléfono, contestador automático).
- Utilizar o léxico e expresións axeitadas ao tipo de comunicación e aos interlocutores.
- Aplicar as normas de uso do teléfono ou centraliña, á hora de contestar ou realizar unha chamada telefónica.
- Tomar nota dunha chamada.
- Presentar obrigatoriamente o dossier con todos os exercicios realizados e corrixidos.

4: A COMUNICACIÓN ESCRITA NA EMPRESA

- Segundo o estilo profesional, saber distribuír de xeito adecuado as partes dunha carta comercial.
- Confeccionar cartas comerciais derivadas da compravenda, sen cometer erros ortográficos nin de sintaxe.
- Redactar Saúdas, Cartas circulares, notas interiores e avisos, cumprindo as normas ortográficas e sintácticas.
- Utilizar as aplicacións informáticas de procesamento de textos ou auto edición.
- Presentar obrigatoriamente o dossier con todos os exercicios realizados.

5: A COMUNICACIÓN TELEMÁTICA NA EMPRESA

- Saber confeccionar las cartas comerciais dotándoas do contido preciso e da presentación axeitada.
- Corrección nos criterios ortográficos, de sintaxe e de estilo profesional.
- Redactar todo tipo de documentación de compravenda, cartas circulares, notas interiores e avisos.
- Utilizalas aplicacións informáticas de procesamento de textos ou auto edición.
- Presentar obrigatoriamente o dossier cos exercicios realizados.

6: O TRATAMENTO DA INFORMACIÓN

- Saber confeccionar as cartas comerciais co contido preciso e a presentación axeitada
- Corrección nos criterios ortográficos, de sintaxe e de estilo profesional.
- Redactar documentación de compravenda, cartas circulares, notas interiores e avisos, cumprindo as normas.
- Utilizar as aplicacións informáticas de procesamento de textos ou auto edición.
- Presentar obrigatoriamente o dossier cos exercicios realizados.

7: OS ARQUIVOS CONVENCIONAIS E INFORMÁTICOS

- Coñecer os distintos servizos de mensaxería ofrecidos polo sector privado, e polo sector público.
- Coñecer os pasos a seguir na recepción do correo ou criterios que se empregan para abrir o correo.
- Coñecer os pasos a seguir cando se produce unha saída de correspondencia na empresa.
- Anotar a documentación enviada e recibida nos libros de rexistro de entrada e saída de correspondencia.
- Diferenciar e localizar a palabra ordenatriz do documento a clasificar.

8: OS ARQUIVOS CONVENCIONAIS E INFORMÁTICOS

- Aplicar axeitadamente as normas de clasificación alfabética á documentación que se pode xerar.
- Definir o termo arquivo e distinguir as clases de arquivos segundo o uso da documentación.
- Diferenciar entre arquivo centralizado e descentralizado.
- Coñecer a organización do arquivo dependendo do tipo da empresa.
- Coñecer os diferentes sistemas de arquivo.
- Saber a importancia da protección, seguridade e confidencialidade dos documentos dentro da empresa.
- Presentar obrigatoriamente o dossier con todos os exercicios realizados.

9: A LEI DE PROTECCIÓN DE DATOS

- Coñecer a normativa en materia de protección de datos.
- Interpretar a Lei de protección de datos
- Coñecer os dereitos dos cidadáns en materia de protección de datos.
- Coñecer os deberes e obrigas das empresas en materia de protección de datos.

10: MÁRKETING E IMAXE EMPRESARIAL

- Recoñecer as principais funcións do márketing.
- Diferenciar os elementos e ferramentas básicos que compoñen o márketing.
- Presentar obrigatoriamente o dossier con todos os exercicios realizados.

11: O CLIENTE E A EMPRESA

- Coñecer os diferentes tipos de clientes, seu comportamento e as motivacións de compra ou demanda dun servizo.
- Identificar, ante situacións determinadas, as necesidades que desexa satisfacer un cliente mediante a compra dun produto/servizo.
- Realizar un esquema que recolla as distintas etapas dun proceso comunicativo co cliente
- Presentar obrigatoriamente o dossier con todos os exercicios realizados.

12: A XESTIÓN DO SERVIZO CLIENTE

- Identificar situacións comerciais nas que se precisa o seguimento e servizo de pos venda do cliente.
- Coñecer os erros que se poden producir na prestación do servizo.
- Recoñecer a importancia da protección do consumidor.
- Detectar e canalizar a insatisfacción do cliente.
- Describir as funcións do departamento de atención ao cliente en empresas.
- Establecer unha queixa, unha reclamación, unha suxestión e unha felicitación a unha empresa, tendo como causas un mesmo motivo.
- Se logra identificar a normativa en materia de consumo.
- Presentar obrigatoriamente o dossier con todos os exercicios realizados

NOTA: A materia dada nas dúas avaliacións pechadas (Primeira e Segunda) comprende as unidades 1 a 12 polo tanto os criterios son os da programación inicial:

CRITERIOS XERAIS DE AVALIACIÓN E CUALIFICACIÓN

A cada trimestre corresponderá unha avaliación cuxa cualificación obterase a partir do seguinte baremo:

30% da puntuación corresponderá aos traballos feitos na clase e presentados diante da profesora sexa de forma oral ou escrita

35% da puntuación obterase dunha proba tipo test correspondente aos contidos impartidos no trimestre

35% da puntuación corresponderá a unha proba escrita consistente en responder a unha serie de preguntas curtas seguidas dun ou varios casos prácticos

A cualificación definitiva será unha nota global que representará o promedio das distintas partes sempre que cada unha das partes alcance a lo menos unha puntuación de 4.

Unha cualificación inferior a 4, en calquera das tres partes suporá automaticamente a cualificación de Insuficiente ou Non Apto.

A consideración de APTO se obtén cunha cualificación igual ou superior ao 5.

3. METODOLOXÍA E ACTIVIDADES DO 3º TRIMESTRE (RECUPERACIÓN, REFORZO, REPASO E NO SEU CASO AMPLIACIÓN)

Segundo as instrucións do 27 de abril de 2020, da Dirección Xeral de Educación, formación profesional e Innovación Educativa para o desenvolvemento do terceiro trimestre do curso académico 2019/2020, nos centros docentes da Comunidade autónoma de Galicia. O terceiro trimestre quedará enfocado ao repaso, reforzo, recuperación e adaptado en función de cada etapa, área ou materia, tendo en conta a situación de cada alumno ou alumna coa fin de non sobrecargalos de tarefas excesivas.

No caso do presente módulo **Comunicación empresarial e atención á clientela** quedará como se indica:

Unha vez contactado co alumnado para ter coñecemento directo das súas posibilidades de uso das novas tecnoloxías, de común acordo decidimos, en primeiro lugar, priorizar as actividades de recuperación dos alumnos e alumnas que só tiñan unha das avaliacións xa pechadas para recuperar.

Utilizando mensaxería electrónica, telefono convencional, grupos de WhatsApp e as posibilidades de Internet establecemos unha serie de clases telemáticas adaptadas a actividades exclusivamente de recuperación: Repasos e probas que serán avaliadas seguindo os mesmos criterios que durante a actividade presencial, agora interrompida, e substituída polas modalidades de tele docencia.

RECUPERACIÓN DAS PARTES NON SUPERADAS MEDIANTE MEDIOS PRESENCIAIS OU NON PRESENCIAIS

Por cada avaliación farase unha recuperación. Para cualificar aos alumnos se terá en conta:

- 1.- A realización dos traballos. En todo caso, si as faltas de asistencia as clases telemáticas ou nas entregas das tarefas non son xustificadas e superan o 15% o alumno pode perder o dereito a avaliación.
- 2.- Os coñecementos adquiridos. Se realizará uno ou varios controis por cada avaliación. Será necesario ter todos os controis aprobados (nota mínima un 5) para superar a avaliación.
- 3.- A actitude do alumnado. Sexa ante a materia, ante a profesora ou ante os seus compañeiros.
- 4.- Si se teñen realizado os exercicios prácticos na data indicada.

CRITERIOS XERAIS DE RECUPERACIÓN

1. O obxectivo de calquera proceso de recuperación deberá ser facilitar ao alumnado a consecución dos obxectivos mínimos definidos na programación.
2. Se avaliarán contidos mínimos, de coñecemento e de procedemento. Eses contidos se deducirán dos resultados de aprendizaxe mínimos (capacidades terminais) definidos na programación e se les aplicarán os criterios de avaliación correspondentes.
3. A máxima nota de cualificación nunha proba de recuperación será de 10 puntos. A nota final do módulo, si se supera a devandita proba de recuperación, se obterá pola media aritmética, entre a nota da recuperación e as notas das partes superadas durante o curso. De non superarse a proba de recuperación prevalecerá a nota anterior.
4. Serán probas de coñecemento (teóricas) e de procedementos (prácticas).
5. **Serán probas individualizadas.** Es dicir, cada alumno só terá que recuperar os contidos que aínda no teña superado. As probas estarán estruturadas en tantas partes como unidades formativas definidas na programación houberse, debendo superar cada unha delas, para superar o módulo.
6. **Previamente á proba de recuperación, se lles poderá esixir aos alumnos a realización de certas tarefas, traballos e/ou prácticas, que serán un complemento á recuperación e que terán o peso que se establecera na correspondente programación.**

Dado que pode entrar materia nova para favorecer o progreso na aprendizaxe, pero que non se avaliará de xeito independente para facer media coas cualificacións anteriores, pero servirá para mellorar a cualificación na primeira e segunda avaliacións, fixamos unha adaptación da programación correspondente á terceira avaliación.

AVALIACIÓN E CUALIFICACIÓN	
Avaliación	<p>(1) Procedementos: Dende o decreto do Estado de alarma control e seguimento do alumnado respecto a súa participación nas actividades, entrega de exercicios, etc.</p> <p>(2) Instrumentos: Tele docencia mediante o emprego de ferramentas <i>online</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rexistros de participación en videoconferencias • Exercicios e cuestionarios tipo test <i>online</i> • Entrega de actividades por correo electrónico • Comunicados por mail ou WhatsApp
Cualificación final	<p>(3) Procedemento para obter a cualificación final do curso: Para a obtención da cualificación final de curso teranse en conta, principalmente, a media aritmética entre a primeira e a segunda avaliación, sempre e cando estean as dúas aprobadas. Unha vez obtida esa nota, sobre a cualificación final, farase a suma correspondente dos resultados obtidos nesta fase excepcional de Estado de alarma ata o máximo de 1 punto.</p>
Proba extraordinaria de setembro	<p>(4) Non se contempla para FP</p>
<p>Alumnado coas dúas avaliacións suspensas ou que estea repetindo a materia aplicarase similar procedemento que ao alumnado de proba de avaliación extraordinaria ou con perda de dereito a avaliación continua:</p> <p>Para que un alumno ou unha alumna podan superar positivamente a convocatoria de avaliación extraordinaria deberá presentar todos os exercicios prácticos esixidos durante o curso e superar a proba correspondente.</p> <p>Tendo en conta as directrices xerais e decisións referidas á atención a diversidade do alumnado, contempladas na Concreción Curricular do Ciclo Formativo, se poderán adoptar medidas ao respecto en relación con:</p> <p>PROCESO DE APRENDIZAXE</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se realizará un proceso individual de apoio e seguimento. - Axuda na realización de resúmenes e esquemas, que lle permitan delimitar os contidos teóricos mínimos. - Seguimento persoal dos materiais que usan os/as alumnos/as (libros de texto, cadernos, fotocopias auxiliares, etc.) para revisar que seguen as instrucións de traballo correctamente. - Realización de exercicios de repaso e reforzo segundo as necesidades detectadas. - Flexibilidade no tempo de realización de tarefas e controis, segundo as súas necesidades. - Observar o ritmo de traballo do alumnado, detectando as posibles dificultades que se poidan dar, modificando no seu caso a metodoloxía ou os propios procesos. <p>CONTIDOS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fixaranse uns contidos mínimos a superar por todo o alumnado. - O resto de contidos serven para mellorar o nivel de coñecementos, podendo, en casos determinados, incorporar outros con carácter optativo en función das capacidades do alumnado. - Os alumnos con diversidade funcional, se seguirá o exposto no Proxecto Curricular do Ciclo Formativo. 	

METODOLOXÍA E ACTIVIDADES DO 3º TRIMESTRE (RECUPERACIÓN, REFORZO, REPASO E AMPLIACIÓN)	
Actividades	Para o envío do material da terceira avaliación emprégase o envío de documentación no formato pdf por correo electrónico. Para a planificación das sesións de tele docencia, enviáselle unha comunicación por correo electrónico. Para comunicacións inmediatas correo electrónico ou grupo de WhatsApp. Videoconferencias semanais mediante Cisco Webex Meetings. Para explicar dúbidas e conceptos das novas unidades se corrixe os exercicios realizados durante estas sesións.
Metodoloxía (alumnado con conectividade e sen conectividade)	Aquel alumnado que non pode asistir ás sesións virtuais por problemas de conexión, falta de recursos, etc. acode mediante chamada telefónica por parte da profesora e, esta, encárgase de que o alumnado reciba, por diversas fontes (correo electrónico, mensaxería WhatsApp, etc.) o material necesario.
Materiais e recursos	Documentación no formato pdf remitido por mensaxería electrónica ou plataforma de tele formación. Videoconferencias semanais mediante Cisco Webex Meetings. Diversidade de recursos <i>online</i>

4. INFORMACIÓN E PUBLICIDADE

INFORMACIÓN E PUBLICIDADE	
Información ao alumnado e ás familias	Por correo electrónico Mediante mensaxería instantánea: Telegram ou Whatsapp. Chamada telefónica Videoconferencias mediante Cisco Webex Meetings Plataforma MOODLE
Publicidade	Publicación obrigatoria na páxina web do centro.