

**Grado:** 2º CF GM Confección y Moda (TCP 202)

**Programa del Módulo profesional:** Información y Atención al Cliente (Código: 0271)

**Horas curriculares/horas reales:** 100/96

**Profesora:** Ana Isabel Valero Yuste

## MARCO NORMATIVO

Esta programación didáctica se fundamenta en la siguiente

### ▪ Normativa estatal:

- **LEY ORGÁNICA 2/2006, de 3 de mayo**, de Educación (BOE núm. 106, de 4 de mayo de 2006), modificada por la **LEY ORGÁNICA 3/2020**, de 29 de diciembre, por la que se modifica la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación (BOE núm. 340, de 30 de diciembre de 2020).
- **LEY ORGÁNICA 3/2022**, de 31 de marzo, de ordenación e integración de la Formación Profesional (BOE núm. 78, de 01 de abril de 2022).
- **REAL DECRETO 659/2023, de 18 de julio**, por el que se desarrolla la ordenación del Sistema de Formación Profesional (BOE núm. 174, de 22 de julio de 2023).
- **REAL DECRETO 69/2025**, de 4 de febrero, por el que se desarrollan los elementos integrantes y los instrumentos de gestión del Sistema Nacional de Formación Profesional, y se modifica el Real Decreto 375/1999, de 5 de marzo, por el que se crea el Instituto Nacional de las Cualificaciones (BOE núm. 31, de 05 de febrero de 2025).
- **REAL DECRETO 955/2008**, de 6 de junio, **por el que se establece el título de Técnico en Confección y Moda** y se fijan sus enseñanzas mínimas.
- **REAL DECRETO 499/2024**, de 21 de mayo, por el que se modifican determinados reales decretos por los que se establecen títulos de Formación Profesional de grado medio y se fijan sus enseñanzas mínimas.

### ▪ Normativa autonómica:

- **ORDEN ECD/1005/2018, de 7 de junio**, por la que se regulan las actuaciones de **intervención educativa inclusiva** (BOA núm. 106, de 18 de junio de 2018), modificada por la **ORDEN ECD/913/2023**, de 11 de julio (BOA núm. 136, de 18

de julio de 2023) y por la Corrección de errores de la ORDEN ECD/913/2023, de 11 de julio (BOA núm. 143, de 27 de julio de 2023).

- **ORDEN de 1 de abril de 2011**, de la Consejera de Educación, Cultura y Deporte, por la que se establece el **currículo** del título de **Técnico en Confección y Moda para la Comunidad Autónoma de Aragón**.
- **DECRETO 91/2024, de 5 de junio**, del Gobierno de Aragón por el que se establece la **Ordenación de la Formación Profesional del Grado D y del Grado E** en la Comunidad Autónoma de Aragón (BOA núm. 109, de 06 de junio de 2024), que actualmente está pendiente de aprobación una modificación sustancial de la misma.
- **ORDEN ECD/842/2024, de 25 de julio**, por la que se regulan aspectos organizativos del **currículo** y se establecen los currículos de determinados **Ciclos Formativos de Formación Profesional de Grado Medio** para la Comunidad Autónoma de Aragón (BOA núm. 148, de 31 de julio de 2024).
- **DECRETO 107/2025, de 10 de septiembre**, del Gobierno de Aragón, **por el que se modifica el Decreto 91/2024**, de 5 de junio, del Gobierno de Aragón por el que se establece la Ordenación de la Formación Profesional del Grado D y del Grado E en la Comunidad Autónoma de Aragón **y las Órdenes ECD/842/2024 y ECD/843/2024**, ambas de 25 de julio, por las que se regulan aspectos organizativos del currículo y se establecen los currículos de determinados Ciclos Formativos de Formación Profesional de Grado Medio y Grado Superior, respectivamente, para la Comunidad Autónoma de Aragón.
- **Instrucciones** para los institutos de educación secundaria de la comunidad autónoma de Aragón en relación con el **curso 2025/2026**

## ELEMENTOS CURRICULARES DEL MÓDULO

### Estándares de competencias profesionales (ECP)

La superación de este módulo profesional permite la acreditación de los siguientes **estándares de competencia** del Catálogo Nacional de Estándares de Competencias Profesionales (CNECP):

| Código    | Denominación                                                                               | Familia                   | Nivel |
|-----------|--------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|-------|
| ECP1237_2 | Atender a la clientela en los servicios de realización de prendas a medida y/o semimedida. | Textil, Confección y Piel | 2     |

---

## Competencias Profesionales y para la Empleabilidad (CPE)

---

Este módulo profesional contribuye al desarrollo de las siguientes **competencias profesionales y para la empleabilidad (CPE)**:

- a) Determinar los procesos de confección, interpretando la información técnica.
- g) Atender al cliente en los servicios de realización de vestuario a medida, informando y resolviendo, en su caso, los problemas planteados en el marco de las responsabilidades asignadas.
- j) Resolver las incidencias relativas a su actividad, identificando las causas que las provocan y tomando decisiones de forma responsable.
- i) Cumplir con los objetivos de la producción, colaborando con el equipo de trabajo y actuando conforme a los principios de responsabilidad y tolerancia.

---

## Objetivos Generales (OG)

---

De los **objetivos generales (OG)** establecidos en el currículo, la formación de este módulo profesional contribuye a alcanzar los siguientes:

- a) Analizar las fases del proceso de la confección, relacionándolas con las características del producto final, para determinar las operaciones que se deben ejecutar.
- j) Identificar las necesidades de mantenimiento de máquinas y equipos, justificando su importancia para asegurar su funcionalidad.
- m) Identificar los cambios tecnológicos, organizativos, económicos y laborales en su actividad, analizando sus implicaciones en el ámbito de trabajo, para adaptarse a diferentes puestos de trabajo y nuevas situaciones laborales.
- o) Identificar y valorar las oportunidades de aprendizaje y empleo, analizando las ofertas y demandas del mercado laboral para gestionar su carrera profesional.

---

## Resultados de aprendizaje (RA) y criterios de evaluación (CE)

---

En este módulo profesional se establecen los siguientes **resultados de aprendizaje (RA)** y **criterios de evaluación (CE)**:

### **RA 1. Atiende a clientes, justificando y aplicando diferentes técnicas de comunicación.**

#### **Criterios de evaluación (CE):**

- a) Se han identificado los elementos, barreras, factores modificadores y tipos de comunicación que intervienen en la atención al cliente.
- b) Se han analizado los diferentes tipos de lenguaje, técnicas y estrategias para una buena comunicación.
- c) Se ha valorado la importancia de la cortesía, amabilidad, respeto, discreción, cordialidad e interés en la interrelación con el cliente.

- d) Se han establecido las habilidades personales y sociales que hay que desarrollar para lograr una perfecta comunicación.
- e) Se han comunicado al cliente las diferentes posibilidades de servicio en diferentes tipos de establecimientos de confección.
- f) Se ha simulado la obtención de la información necesaria de posibles clientes y en diferentes situaciones.
- g) Se han distinguido los elementos fundamentales para transmitir la imagen de la empresa.
- h) Se ha analizado el comportamiento de diferentes tipos de clientes.
- i) Se han definido las características de la información (inmediatez, precisión) y el asesoramiento (claridad, exactitud).
- j) Se han descrito las fases que componen la atención al cliente según el plan de acción definido.

**RA 2. Ejecuta actividades de asesoramiento, describiendo y aplicando las fases de un proceso de atención al cliente.**

**Criterios de evaluación (CE):**

- a) Se han analizado las cualidades y actitudes a desarrollar por parte del asesor hacia el cliente y la empresa (marketing interno).
- b) Se ha identificado la tipología del cliente, sus motivaciones y necesidades de compra.
- c) Se ha descrito la importancia del conocimiento por parte del asesor de las características del producto.
- d) Se han determinado las líneas de actuación en el asesoramiento según el plan de acción definido por la empresa.
- e) Se han desarrollado las fases de un proceso de asesoramiento (captar la atención, provocar el interés, despertar el deseo, mover a la acción del cliente).
- f) Se ha relacionado el concepto de marketing con la satisfacción de los deseos del consumidor.
- g) Se ha valorado como facilitadora en el proceso de decisión de compra la información, asesoramiento, ambiente acogedor, educación, comunicación y habilidades sociales del vendedor/asesor.
- h) Se ha definido la importancia de mantener actualizado el fichero de clientes para la aplicación del plan de fidelización.

**RA 3. Realiza presupuestos de proyectos de vestuario a medida, analizando y valorando las actividades asociadas y materiales utilizadas en el proceso.**

**Criterios de evaluación (CE):**

- a) Se ha recogido y suministrado la información necesaria para la realización del presupuesto.
- b) Se han valorado los costes de los materiales estándar, los precios indicados en la tarifa aplicable y los materiales específicos necesarios en base a los gastos previstos.
- c) Se ha calculado el coste del servicio en función de la complejidad del mismo y del tiempo previsto para cada operación y del proceso total para incluirlo en el precio final.
- d) Se han reconocido las formas de aplicación de negociaciones del presupuesto.

- e) Se han utilizado diversos medios (tradicional, informático) para la realización de presupuestos.
- f) Se han utilizado programas ofimáticos para la realización del presupuesto.
- g) Se han comparado los precios obtenidos realizando un estudio de mercado.

**RA 4. Formaliza encargos y entrega de productos y artículos confeccionados, describiendo y aplicando la documentación relacionada.**

**Criterios de evaluación (CE):**

- a) Se han identificado las actuaciones de recepción del encargo, según el tipo de prenda o artículo que se va a realizar.
- b) Se han explicado las formas de control de materiales.
- c) Se han descrito las distintas formas de entrega y exhibición al cliente de las prendas y artículos.
- d) Se ha efectuado la actualización y ordenación del fichero de clientes.
- e) Se ha cumplimentado la documentación relacionada con la formalización y entrega de productos y artículos confeccionados.
- f) Se han empleado programas informáticos.

**RA 5. Atiende reclamaciones, quejas o sugerencias de los clientes potenciales, reconociendo y aplicando criterios y procedimientos de actuación.**

**Criterios de evaluación (CE):**

- a) Se ha tipificado la actitud, postura e interés a adoptar ante quejas y reclamaciones, utilizando un estilo asertivo para informar al cliente.
- b) Se han desarrollado técnicas que se utilizan para la resolución de conflictos y reclamaciones.
- c) Se han reconocido los aspectos de las reclamaciones en los que incide la legislación vigente.
- d) Se ha descrito el procedimiento para la presentación de reclamaciones.
- e) Se han identificado las alternativas al procedimiento que se pueden ofrecer al cliente ante reclamaciones fácilmente subsanables.
- f) Se ha trasladado la información sobre la reclamación según el orden jerárquico preestablecido.
- g) Se ha valorado la importancia que para el control de calidad del servicio tienen los sistemas de información manuales e informáticos que organizan la información.
- h) Se ha establecido la información registrada del seguimiento posventa, de incidencias, de peticiones, de reclamaciones de clientes como indicadores para mejorar la calidad del servicio prestado y aumentar la fidelización.

### Organización y distribución temporal: unidades didácticas (UD) y otros tiempos

El módulo profesional Información y Atención al Cliente tiene una **duración curricular** de **100 horas**. Para el **curso académico 25/26**, la **duración prevista** es de **96 horas**, calculada en función de la carga horaria semanal asignada y del calendario escolar establecido.

Las Unidades Didácticas se impartirán siguiendo una organización secuencial.

A continuación, se detalla la organización y distribución temporal de las unidades didácticas:

| N | Unidad Didáctica                                                      | RA   | CE                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Contenidos (orientativos)                                                                                                                                                                | Duración (horas) | Temporización |
|---|-----------------------------------------------------------------------|------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|---------------|
| 1 | <b>UD 1...LA COMUNICACIÓN.</b>                                        | RA 1 | a) Se han identificado los elementos, barreras, factores modificadores y tipos de comunicación que intervienen en la atención al cliente.<br>b) Se han analizado los diferentes tipos de lenguaje, técnicas y estrategias para una buena comunicación.<br>c) Se ha valorado la importancia de la cortesía, amabilidad, respeto, discreción, cordialidad e interés en la interrelación con el cliente.<br>d) Se han establecido las habilidades personales y sociales que hay que desarrollar para lograr una perfecta comunicación.                  | Elementos de la comunicación.<br>Tipos de comunicación.<br>Técnicas de comunicación.<br>Barreras y dificultades de la comunicación.                                                      | 9 sesiones       | 1º Trimestre  |
| 2 | <b>UD2...COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA TEXTIL.</b> | RA 1 | e) Se han comunicado al cliente las diferentes posibilidades de servicio en diferentes tipos de establecimientos de confección.<br>f) Se ha simulado la obtención de la información necesaria de posibles clientes y en diferentes situaciones.<br>g) Se han distinguido los elementos fundamentales para transmitir la imagen de la empresa.<br>h) Se ha analizado el comportamiento de diferentes tipos de clientes.<br>i) Se han definido las características de la información (inmediatez, precisión) y el asesoramiento (claridad, exactitud). | Habilidades personales y sociales que mejoran la comunicación interpersonal.<br><br>Características de la información y asesoramiento de productos.<br><br>Fases de atención al cliente. | 7 sesiones       | 1º Trimestre  |

|   |                                                                   |         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |             |              |
|---|-------------------------------------------------------------------|---------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|--------------|
|   |                                                                   |         | j) Se han descrito las fases que componen la atención al cliente según el plan de acción definido.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |             |              |
| 3 | <b>UD3...ASESORAMIENT<br/>O EN ACTIVIDADES DE<br/>CONFECCIÓN.</b> | RA<br>2 | <p>a) Se han analizado las cualidades y actitudes a desarrollar por parte del asesor hacia el cliente y la empresa (marketing interno).</p> <p>b) Se ha identificado la tipología del cliente, sus motivaciones y necesidades de compra.</p> <p>c) Se ha descrito la importancia del conocimiento por parte del asesor de las características del producto.</p> <p>d) Se han determinado las líneas de actuación en el asesoramiento según el plan de acción definido por la empresa.</p> <p>e) Se han desarrollado las fases de un proceso de asesoramiento (captar la atención, provocar el interés, despertar el deseo, mover a la acción del cliente).</p> <p>f) Se ha relacionado el concepto de marketing con la satisfacción de los deseos del consumidor.</p> <p>g) Se ha valorado como facilitadora en el proceso de decisión de compra la información, asesoramiento, ambiente acogedor, educación, comunicación y habilidades sociales del vendedor/asesor.</p> <p>h) Se ha definido la importancia de mantener actualizado el fichero de clientes para la aplicación del plan de fidelización.</p> | <p>Cualidades que debe de tener un vendedor textil</p> <p>Tipología de clientes.</p> <p>Marketing interno y externo.</p> <p>Proceso de decisión de compra.</p> <p>Objetivos, acciones temporizadas, recursos, valoración.</p> <p>Plan de acción de empresa.</p> <p>Normativas y legislación fiscal y socio laboral específico del sector.</p> <p>Fichero de clientes.</p> | 17          | 1º Trimestre |
| 4 | <b>UD4...PRESUPUESTOS<br/>DE MODA A MEDIDA.</b>                   | RA<br>3 | <p>a) Se ha recogido y suministrado la información necesaria para la realización del presupuesto.</p> <p>b) Se han valorado los costes de los materiales estándar, los precios indicados en la tarifa aplicable y los materiales específicos necesarios en base a los gastos previstos.</p> <p>c) Se ha calculado el coste del servicio en función de la complejidad del mismo y del tiempo previsto para cada operación y del proceso total para incluirlo en el precio final.</p> <p>d) Se han reconocido las formas de aplicación de negociaciones del presupuesto.</p> <p>e) Se han utilizado diversos medios (tradicional, informático) para la realización de presupuestos.</p> <p>f) Se han utilizado programas ofimáticos para la realización del presupuesto.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <p>Diferentes tipos de costes.</p> <p>Tiempo previsto para cada operación y del proceso total.</p> <p>Tarifas de precios.</p> <p>Presupuestos.</p> <p>Documentación básica vinculada a la realización de presupuestos.</p> <p>Aplicación de programas informáticos.</p>                                                                                                   | 25 sesiones | 2º Trimestre |

|   |                                                                              |      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                |                      |
|---|------------------------------------------------------------------------------|------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|----------------------|
|   |                                                                              |      | g) Se han comparado los precios obtenidos realizando un estudio de mercado.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | <p>Unidades de medición comerciales de los materiales y componentes empleados en la fabricación.</p> <p>Gastos directos de producción y gastos indirectos.</p> <p>Escandallos de prendas y artículos textiles.</p> <p>Costes de materias primas y auxiliares, de producción y estructurales.</p> <p>Determinación del precio de venta.</p>                                                                                |                |                      |
| 5 | <b>UD5...FORMALIZACIÓN DE ENCARGOS Y ENTREGA DE PRODUCTOS CONFECCIONADOS</b> | RA 4 | <p>a) Se han identificado las actuaciones de recepción del encargo, según el tipo de prenda o artículo que se va a realizar.</p> <p>b) Se han explicado las formas control de materiales.</p> <p>c) Se han descrito las distintas formas de entrega y exhibición al cliente de las prendas y artículos.</p> <p>d) Se ha efectuado la actualización y ordenación del fichero de clientes.</p> <p>e) Se ha cumplimentado la documentación relacionada con la formalización y entrega de productos y artículos confeccionados.</p> <p>f) Se han empelado programas informáticos.</p> | <p>Formalización del encargo y negociaciones del presupuesto.</p> <p>Comprobación de la aceptación del proyecto.</p> <p>Acuerdo con el cliente: formas de aplicación, fechas de pruebas y plazo de entrega del vestuario encargado.</p> <p>Identificación y control de los materiales. Fichas de recepción y entrega a clientes.</p> <p>Fichero actualizado de clientes.</p> <p>Aplicación de programas informáticos.</p> | 15<br>Sesiones | 2º y 3º<br>Trimestre |
| 6 | <b>UD 6...ATENCIÓN DE RECLAMACIONES Y LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR.</b>      | RA 5 | <p>a) Se ha tipificado la actitud, postura e interés a adoptar ante quejas y reclamaciones, utilizando un estilo asertivo para informar al cliente.</p> <p>b) Se han desarrollado técnicas que se utilizan para la resolución de conflictos y reclamaciones.</p> <p>c) Se han reconocido los aspectos de las reclamaciones en los que incide la legislación vigente.</p> <p>d) Se ha descrito el procedimiento para la presentación de reclamaciones.</p>                                                                                                                         | <p>Técnicas para afrontar conflictos y reclamaciones. Procedimientos para reclamar.</p> <p>Legislación.</p> <p>Gestión de reclamaciones.</p> <p>Indicadores para control de calidad del establecimiento.</p> <p>Sistemas de información.</p> <p>Registro manual y automatizado.</p>                                                                                                                                       | 11             | 3º Trimestre         |

|  |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                     |  |  |
|--|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|
|  |  | <p>e) Se han identificado las alternativas al procedimiento que se pueden ofrecer al cliente ante reclamaciones fácilmente subsanables.</p> <p>f) Se ha trasladado la información sobre la reclamación según el orden jerárquico preestablecido.</p> <p>g) Se ha valorado la importancia que para el control de calidad del servicio tienen los sistemas de información manuales e informáticos que organizan la información.</p> <p>h) Se ha establecido la información registrada del seguimiento posventa, de incidencias, de peticiones, de reclamaciones de clientes como indicadores para mejorar la calidad del servicio prestado y aumentar la fidelización.</p> | <p>Mejora del servicio prestado.</p> <p>Utilización de herramientas informáticas de gestión de reclamaciones.</p> <p>La protección del consumidor y el usuario en España y en la Unión Europea.</p> |  |  |
|--|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|

Se reservarán además **tiempos específicos** para actividades no vinculadas a unidades didácticas, tales como:

| <b>Actividad no vinculada a UD</b>                                                                                                                     | <b>Duración (horas)</b> |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| <b>Evaluación inicial:</b> destinada a conocer el punto de partida del alumnado y así poder adaptar las programaciones a las necesidades del alumnado. | 2                       |
| <b>Controles trimestrales</b> para analizar la adquisición de resultados de aprendizaje                                                                | 4                       |
| <b>Controles de recuperación trimestral</b> , para que el alumnado pueda superar resultados de aprendizaje no alcanzados durante el trimestre.         | 3                       |
| <b>Controles de recuperación final</b> , para que el alumnado pueda superar resultados de aprendizaje no alcanzados durante el curso.                  | 3                       |

## PRINCIPIOS Y ESTRATEGIAS METODOLÓGICOS

### PRINCIPIOS Y ESTRATEGIAS METODOLÓGICOS

*Las estrategias metodológicas que se llevarán serán:*

- ✓ Estrategias expositivas.
- ✓ Realización de actividades.
- ✓ Aprendizaje Basado en Problemas (ABP)
- ✓ Método del Caso
- ✓ Aprendizaje Colaborativo
- ✓ Gamificación

*Materiales y recursos didácticos*

#### ❖ **Espacios:**

- Aula Polivalente
- Aula Informática
- Aula Ateca

#### ❖ **Recursos materiales:**

- Equipos informáticos:
- Pantalla digital interactiva.
- Pizarra Vileda.

#### ❖ **Recursos digitales:**

- Acceso a Internet.
- Google Workspace.

#### ❖ **Recursos documentales:**

- Libro de texto. Editorial Videocinco. <https://www.videocinco.com/es/184-g-medio-confeccion-y-moda>
- Documentación elaborada por la profesora.

## PONDERACIÓN DE LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y DE LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La calificación del módulo profesional se calculará considerando la siguiente ponderación de resultados de aprendizaje y criterios de evaluación:

| RA 1 |    | RA 2 |    | RA 3 |    | RA 4 |    | RA 5 |    |
|------|----|------|----|------|----|------|----|------|----|
| 20%  |    | 20%  |    | 25%  |    | 20%  |    | 15%  |    |
| CE   | %  | CE   | %  | CE   | %  | CE   | %  | CE   | %  |
| 1.a  | 5  | 2.a  | 10 | 3.a  | 15 | 4.a  | 20 | 5.a  | 15 |
| 1.b  | 5  | 2.b  | 15 | 3.b  | 15 | 4.b  | 15 | 5.b  | 15 |
| 1.c  | 10 | 2.c  | 15 | 3.c  | 15 | 4.c  | 20 | 5.c  | 15 |
| 1.d  | 10 | 2.d  | 10 | 3.d  | 10 | 4.d  | 15 | 5.d  | 15 |
| 1.e  | 5  | 2.e  | 10 | 3.e  | 15 | 4.e  | 15 | 5.e  | 15 |
| 1.f  | 10 | 2.f  | 10 | 3.f  | 15 | 4.f  | 15 | 5.f  | 10 |
| 1.g  | 15 | 2.g  | 15 | 3.g  | 15 |      |    | 5.g  | 10 |
| 1.h  | 15 | 2.h  | 15 |      |    |      |    | 5.h  | 15 |
| 1.i  | 10 |      |    |      |    |      |    |      |    |
| 1.j  | 15 |      |    |      |    |      |    |      |    |

## **SOBRE LA EVALUACIÓN**

### Evaluación continua

La asistencia del alumno/a a clase y a todas las actividades programadas es la condición necesaria que permite la aplicación de la evaluación continua en la enseñanza presencial.

El alumnado perderá el derecho a la evaluación continua cuando el número de faltas de asistencia supere el 15 % de la duración total del módulo (100 h), calculadas desde la fecha de matrícula y sin tener en cuenta las horas de formación en empresa u organismo equiparado (FEOE).

Se perderá el derecho a la evaluación continua cuando un alumno tenga más de 15 faltas de asistencia durante el curso.

Se fijan los siguientes criterios de calificación:

- El 70% pruebas escritas o exámenes.
- El 30% actividades prácticas.

### Momento de evaluación

Se realizará una evaluación inicial durante las primeras semanas del curso para conocer el punto de partida del alumnado y ajustar la planificación didáctica.

Durante el curso se realizarán, tres evaluaciones parciales, una al finalizar cada trimestre y se informará al alumnado de manera individual de su progreso en la adquisición de los resultados de aprendizaje.

### Actividades de recuperación:

El alumnado que, sin haber perdido el derecho a la evaluación continua, no supere uno o varios resultados de aprendizaje, podrá recuperarlos mediante actividades específicas de evaluación. Las actividades de recuperación se realizarán en los siguientes momentos: Al finalizar cada resultado de aprendizaje no superado, Al finalizar cada evaluación parcial y antes de la evaluación final

### Convocatoria Junio 1

Para aquel alumnado que no hayan alcanzado los RA se presentarán a esta primera evaluación final, así como aquellos que hayan perdido el derecho a evaluación continua por superar las 15 horas de inasistencia.

Se informará al alumnado de las pruebas y tareas que la componen (prueba objetiva, portfolio, simulación de situaciones profesionales...)

### Convocatoria Junio 2

El alumnado que no haya superado módulo profesional en la primera evaluación final podrá presentarse a la segunda evaluación final.

Para ello, se realizarán actividades específicas que generen nuevas evidencias de aprendizaje y permitan valorar el grado de logro alcanzado en relación con los resultados de aprendizaje y sus criterios de evaluación.