

MÓDULO: EMPRESA Y ADMINISTRACIÓN**(1º TGA - CFGM)****I. INTRODUCCIÓN**

El desarrollo didáctico y la programación del módulo Empresa y Administración se obtienen a partir del perfil del Ciclo Formativo de Grado Medio: Técnico en Gestión Administrativa.

Este módulo tiene una duración de 128 horas anuales, con una frecuencia de 4 horas semanales. Además, teniendo en cuenta que el ciclo formativo es Dual, se desarrollarán ciertos resultados de aprendizaje o criterios de evaluación en la Fase de Formación en Empresa u Organismo Equiparado (a partir de ahora FFE) a partir del segundo trimestre. Concretamente, de las 4 horas semanales, 2 se impartirán en el aula y 2 en la empresa.

La programación consta de 12 Unidades de Trabajo. En el siguiente cuadro mostramos la temporalización de dichas unidades didácticas incluyendo en la distribución horaria de cada una de ellas el tiempo necesario para la realización de las pruebas diagnósticas teóricas y prácticas que evaluarán los contenidos de las mismas:

UNIDADES DE TRABAJO		Horas
Unidad 1:	Introducción al módulo. La organización empresarial	8
Unidad 2:	La comunicación empresarial	8
Unidad 3:	La comunicación oral	16
Unidad 4:	La comunicación escrita: correspondencia comercial	16
Unidad 5:	Documentos profesionales.	16
Unidad 6:	Gestión de correspondencia.	8
Unidad 7:	Archivos de información (En la empresa).	10
Unidad 8:	La imagen de la empresa. El marketing.	12
Unidad 9:	La comunicación 3.0.	10
Unidad 10:	La atención al cliente.	8
Unidad 11:	La calidad y el servicio posventa.	8
Unidad 12	El consumidor, las quejas y reclamaciones	8
		<i>Número Total de Horas</i>
		128

Atendiendo al Decreto 327/2010 de 13 de julio (art. 29), “las programaciones didácticas de la formación profesional inicial deberán incluir las competencias profesionales, personales y sociales que hayan de adquirirse”.

En el caso de título de Técnico en Gestión Administrativa, estas competencias son las recogidas en el Real Decreto 1631/2009 (art.5) e incluyen, entre otras:

- Realizar las gestiones administrativas de la actividad comercial.
- Atender a los clientes y usuarios, tanto en el ámbito público como en el privado, garantizando el nivel de calidad y satisfacción establecidos.
- 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.
- Clasificar, registrar y archivar comunicaciones y documentos según las técnicas apropiadas y los parámetros establecidos en la empresa.
- Realizar gestiones administrativas en el tratamiento de la información, aplicando procedimientos y técnicas de comunicación adecuados.

Estas competencias deben articularse en cada una de las unidades de este módulo, de modo que el alumnado las desarrolle progresivamente a lo largo de la formación profesional.

II. RESULTADOS DE APRENDIZAJE. TRATAMIENTO EN CADA UNIDAD

Con las Unidades Didácticas de la sección anterior cubrimos todos los Resultados de Aprendizaje que establece la normativa vigente.

En la siguiente tabla se detallan dichos resultados de aprendizaje y se ponen en relación con las unidades didácticas que los desarrollan:

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	UNIDADES DE TRABAJO											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
R.A. 1: Selecciona técnicas de comunicación, relacionándolas con la estructura e imagen de la empresa y los flujos de información existentes en ella.	X	X										
R.A. 2 : Transmite información de forma oral, vinculándola a los usos y costumbres socioprofesionales habituales en la empresa.			X									
R.A. 3 : Transmite información escrita, aplicando las técnicas de estilo a diferentes tipos de documento propios de la empresa y de la Administración Pública.				X	X							
R.A. 4 : Archiva información en soporte papel e informático, reconociendo los criterios de eficiencia y ahorro en los trámites administrativos.						X	X					
R.A. 5: Reconoce necesidades de posibles clientes aplicando técnicas de comunicación.										X		

CRITERIOS DE EVALUACIÓN ASOCIADOS	POND.
--	--------------

R.A. 1: Selecciona técnicas de comunicación, relacionándolas con la estructura e imagen de la empresa y los flujos de información existentes en ella.	10%
a) Se ha reconocido la necesidad de comunicación entre las personas.	10%
b) Se ha distinguido entre comunicación e información.	10%
c) Se han distinguido los elementos y procesos que intervienen en la comunicación.	10%
d) Se han reconocido los obstáculos que pueden existir en un proceso de comunicación.	10%
e) Se ha determinado la mejor forma y actitud a la hora de presentar el mensaje.	10%
f) Se han identificado los conceptos de imagen y cultura de la empresa.	10%
g) Se han diferenciado los tipos de organizaciones y su organigrama funcional.	10%
h) Se han distinguido las comunicaciones internas y externas y los flujos de información dentro de la empresa.	20%
i) Se ha seleccionado el destinatario y el canal adecuado para cada situación.	10%
R.A. 2 : Transmite información de forma oral, vinculándola a los usos y costumbres socioprofesionales habituales en la empresa.	10%
a) Se han identificado los principios básicos a tener en cuenta en la comunicación verbal.	10%
b) Se ha identificado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales.	10%

c) Se han tenido en cuenta las costumbres socioculturales y los usos empresariales.	10%
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.	10%
e) Se ha elaborado el mensaje verbal, de manera concreta y precisa, valorando las posibles dificultades en su transmisión.	10%
f) Se ha utilizado el léxico y expresiones adecuados al tipo de comunicación y a los interlocutores.	10%
g) Se ha presentado el mensaje verbal elaborado utilizando el lenguaje no verbal más adecuado.	10%
h) Se han utilizado equipos de telefonía e informáticos aplicando las normas básicas de uso.	10%
i) Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y sensibilidad.	10%
j) Se han analizado los errores cometidos y propuesto las acciones correctivas necesarias.	10%
R.A. 3 : Transmite información escrita, aplicando las técnicas de estilo a diferentes tipos de documento propios de la empresa y de la Administración Pública.	30%
a) Se han identificado los soportes para elaborar y transmitir los documentos: tipo de papel, sobres y otros.	5%
b) Se han identificado los canales de transmisión: correo convencional, correo electrónico, fax, mensajes cortos o similares.	5%
c) Se han diferenciado los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad, y confidencialidad.	10%

d) Se ha identificado al destinatario observando las debidas normas de protocolo.	10%
e) Se han clasificado las tipologías más habituales de documentos dentro de la empresa según su finalidad.	10%
f) Se ha redactado el documento apropiado, cumpliendo las normas ortográficas y sintácticas en función de su finalidad y de la situación de partida.	10%
g) Se han identificado las herramientas de búsqueda de información para elaborar la documentación.	10%
h) Se han utilizado las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos o autoedición.	10%
i) Se han cumplimentado los libros de registro de entrada y salida de correspondencia y paquetería en soporte informático y/o convencional.	10%
j) Se ha utilizado la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos establecidos para las empresas e instituciones públicas y privadas.	10%
k) Se han aplicado, en la elaboración de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).	10%
R.A.4 : Archiva información en soporte papel e informático, reconociendo los criterios de eficiencia y ahorro en los trámites administrativos.	10%
a) Se ha descrito la finalidad de organizar la información y los objetivos que se persiguen.	10%
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.	10%

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.	10%
d) Se han identificado las principales bases de datos de las organizaciones, su estructura y funciones.	10%
e) Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiados al tipo de documentos.	10%
f) Se han realizado árboles de archivos informáticos para ordenar la documentación digital.	10%
g) Se han aplicado las técnicas de archivo en los intercambios de información telemática (intranet, extranet, correo electrónico).	10%
h) Se han reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación y detectado los errores que pudieran producirse en él.	10%
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.	10%
j) Se han aplicado, en la elaboración y archivo de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).	10%
R.A.5: Reconoce necesidades de posibles clientes aplicando técnicas de comunicación.	10%
a) Se han desarrollado técnicas de comunicación y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente en situaciones de atención/asesoramiento al mismo.	20%
b) Se han identificado las fases que componen el proceso de atención al cliente/consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación.	10%
c) Se han reconocido los errores más habituales que se cometen en la	10%

comunicación con el cliente.	
d) Se ha identificado el comportamiento del cliente.	10%
e) Se han analizado las motivaciones de compra o demanda de un servicio del cliente.	10%
f) Se ha obtenido, en su caso, la información histórica del cliente.	10%
g) Se ha adaptado adecuadamente la actitud y discurso a la situación de la que se parte.	10%
h) Se ha observado la forma y actitud adecuadas en la atención y asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado.	10%
i) Se han distinguido las distintas etapas de un proceso comunicativo.	10%
R.A. 6: Atiende consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes aplicando la normativa vigente en materia de consumo.	10%
a) Se han descrito las funciones del departamento de atención al cliente en empresas.	10%
b) Se ha interpretado la comunicación recibida por parte del cliente.	10%
c) Se han identificado los elementos de la queja/reclamación.	10%
d) Se han reconocido las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/reclamaciones.	10%
e) Se ha identificado y localizado la información que hay que suministrar al cliente.	10%
f) Se han utilizado los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones.	10%

g) Se ha cumplimentado, en su caso, un escrito de respuesta utilizando medios electrónicos u otros canales de comunicación.	10%
h) Se ha reconocido la importancia de la protección del consumidor.	10%
i) Se ha identificado la normativa en materia de consumo.	10%
j) Se han diferenciado los tipos de demanda o reclamación.	10%
R.A.7: Potencia la imagen de empresa reconociendo y aplicando los elementos y herramientas del marketing.	10%
a) Se ha identificado el concepto de marketing.	10%
b) Se han reconocido las funciones principales del marketing.	20%
c) Se ha valorado la importancia del departamento de marketing.	10%
d) Se han diferenciado los elementos y herramientas básicos que componen el marketing.	10%
e) Se ha valorado la importancia de la imagen corporativa para conseguir los objetivos de la empresa.	10%
f) Se ha valorado la importancia de las relaciones públicas y la atención al cliente para la imagen de la empresa.	20%
g) Se ha identificado la fidelización del cliente como un objetivo prioritario del marketing.	20%
R.A.8: Aplica procedimientos de calidad en la atención al cliente identificando los estándares establecidos.	10%
a) Se han identificado los factores que influyen en la prestación del servicio al cliente.	10%

b) Se han descrito las fases del procedimiento de relación con los clientes.	10%
c) Se han descrito los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio.	10%
d) Se ha valorado la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos.	10%
e) Se han detectado los errores producidos en la prestación del servicio.	10%
f) Se ha aplicado el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas.	10%
g) Se ha explicado el significado e importancia del servicio post- venta en los procesos comerciales.	10%
h) Se han definido las variables constitutivas del servicio post- venta y su relación con la fidelización del cliente.	10%
i) Se han identificado las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio post- venta.	10%
j) Se han descrito los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio post- venta, así como sus fases y herramientas.	10%

IV. CONTENIDOS: SECUENCIACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN POR UNIDADES Y TRIMESTRES

A continuación, mostramos una mayor concreción de los contenidos, junto con la distribución de los mismos entre las distintas unidades que componen la programación del módulo.

DESGLOSE DE CONTENIDOS POR UNIDAD												
	U1	U2	U3	U4	U5	U6	U7	U8	U9	U10	U11	U12
Comunicación e información y comportamiento. Finalidad de la comunicación.		X										
La organización empresarial. Organigramas. Concepto y clases de organigramas según su forma gráfica.	X											
Departamentalización por funciones, por clientes, geográfica, entre otros.	X											
Áreas funcionales básicas.	X											
Comunicación ascendente, descendente y lateral		X										
Técnicas de comunicación oral, habilidades sociales y Protocolo			X									
Clases de comunicación oral.			X									
La comunicación no			X									

verbal. Elementos.												
La comunicación verbal dentro del ámbito de la empresa.			X		X				X			
Comunicaciones en la recepción de visitas: acogida, identificación, gestión, despedida.			X									
La comunicación escrita en la empresa				X	X				X			
La carta comercial.				X					X			
Envío de correspondencia.							X		X			
Aplicación de las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).								X				
Clasificación y ordenación de documentos. Clasificación de la información. Criterios de clasificación. Sistemas de clasificación.								X				
El libro de registro								X				
Sistemas de archivo. Convencionales. Por microfilme. Informáticos.								X				
Concepto de identificación										X		

cliente, el cliente interno, el cliente externo.													
El conocimiento del cliente y sus motivaciones.										X			
La satisfacción del cliente. Factores de los que depende.										X			
Valoración del cliente de la atención recibida, reclamación, queja, sugerencias, felicitación.													X
Normativa en materia de consumo													X
Procedimiento de recogida de las reclamaciones y denuncias.													X
La hoja de reclamaciones.													X
Concepto de marketing. El departamento de marketing. Funciones									X				
El marketing en la actividad económica, su influencia en la imagen de la empresa.									X				
La publicidad. Concepto, principios y objetivos. Tipos de publicidad. Publicidad									X				

ilícita. Medios, soportes y formas publicitarias.													
La calidad de servicio como elemento de la competitividad de la empresa.												X	
Servicio postventa.												X	
La gestión de las relaciones con los clientes (CRM).												X	
La fidelización del cliente. El plan de marketing relacional.								X					

La distribución de las unidades didácticas a lo largo de las tres evaluaciones queda reflejada en la siguiente tabla.

UT	Eval.	Horas Aula	Horas Empresa	R A 1	R A 2	R A 3	R A 4	R A 5	R A 6	R A 7	R A 8	Horas Totales
U1	1 ^a	8	0		X							52
U2		8	0	X								
U3		8	0	X								
U4		14	0			X						
U5		14	0									
U6	2 ^a	4	10				X					52
U7		6	10				X					
U8		12	0					X				
U9		12	0					X				

U10	3^a	4	4					X				24
U11		4	4							X		
U12		8	0								X	
Horas RA		100	28	16	8	28	30	8	8	22	8	128

La distribución de las unidades didácticas según las tres evaluaciones queda reflejada en la tabla siguiente.

RA	Unidad Trabajo	Objetivo	Actividades principales	Horas
RA 4	UT 4: La documentación y los trámites antes la administración pública.	Que el alumno/a participe en el proceso real de recepción, clasificación y envío de correspondencia en la empresa, siguiendo protocolos internos.	<ul style="list-style-type: none"> - Clasificar documentos y sobres según destinatario o urgencia. - Registrar entradas/salidas de correspondencia física o electrónica. - Preparar envíos postales o digitales simulados según indicaciones. - Aplicar técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar) si se observan procesos con papel. 	10 h
RA 5	UT 7: Archivo de la información.	Que el alumno/a archive documentación en papel o soporte digital, según criterios de la empresa, respetando la confidencialidad	<ul style="list-style-type: none"> - Clasificar documentos según el sistema de archivo de la empresa. - Crear o actualizar carpetas físicas y digitales. - Digitalizar 	10 h

		y orden.	documentos si procede y subirlos a la nube, servidor o ERP. - Elaborar un árbol de carpetas o diagrama con la estructura del archivo digital.	
RA 6	UT 10: La atención al cliente.	Que el alumno/a observe o participe en la atención al cliente, valorando las necesidades comunicativas y actitudinales que requiere la interacción.	- Observar y anotar cómo se recibe y atiende a los clientes (presencial o telefónicamente). - Ayudar en tareas de atención: facilitar información, resolver dudas, reenviar consultas. - Elaborar un registro de incidencias o peticiones frecuentes. - Redactar una ficha de evaluación del trato recibido por el cliente.	4h
RA 7	UT11: La calidad y el servicio posventa.	Que el alumno/a observe o participe en la atención al cliente, valorando las necesidades comunicativas y actitudinales que requiere la interacción.	- Revisar encuestas de satisfacción (si existen) y extraer puntos fuertes y débiles. - Registrar incidencias o reclamaciones gestionadas durante la estancia. - Simular un protocolo de actuación ante una reclamación. - Proponer medidas de mejora para la	4h

			atención postventa (formulario, llamada, CRM).	
--	--	--	--	--

V. ORIENTACIONES PEDAGÓGICAS

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

- La aplicación de técnicas de comunicación adecuadas a cada situación concreta.
- La aplicación del protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales, relacionándolos con la imagen de la empresa y la importancia de esta.
- La utilización de equipos de telefonía e informáticos, aplicando las normas básicas de uso.
- La elaboración de cartas comerciales y otros documentos administrativos.
- El registro de la documentación, tanto la recibida como la emitida.
- El archivo de la documentación aplicando soporte papel e informático.
- El apoyo administrativo a los departamentos de Atención al Cliente y Marketing.
- La atención y tramitación de consultas, quejas y reclamaciones.
- El seguimiento de clientes y control del servicio postventa.

VI. INSTRUMENTOS Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN ESPECÍFICOS DE MÓDULO

Los instrumentos de evaluación especificados en la programación general del departamento se valorarán atendiendo a las ponderaciones establecidas para los Resultados de Aprendizaje y para los correspondientes criterios de evaluación vistos en los apartados anteriores y resumidos en la tabla que aparece a continuación. Para ello se tendrá en cuenta la nomenclatura siguiente:

- **PO (Pruebas sin material):** Pruebas objetivas de evaluación tanto escritas como orales, como prácticas de administrativo sin utilizar material de apoyo
- **OA (Observación en el Aula):** Realización de trabajos, prácticas, pruebas... tanto individuales como en grupo, con la ayuda del material de apoyo necesario y que se presentarán con regularidad en horario de clase.
- **OE (Observación en la Empresa):** Actividades planteadas por el docente para que el alumnado las desarrolle en la empresa. Estas actividades serán supervisadas y evaluadas tanto por el tutor laboral como por el docente del módulo, quien será el que finalmente las califique.

En el caso del alumnado que haya interrumpido el periodo de FFEOE, éste se incorporará a partir de ese momento a las clases ordinarias, aplicándose los mismos

instrumentos y criterios de calificación especificados en el presente punto. En estos casos la empresa u organismo equiparado no llegará a evaluar ninguno de los RRAA y actividades impartidas en periodo de FFEOE.

UNIDADES DE TRABAJO		U1	U 2	U 3	U 5	U 5	U 6	U 7	U 8	U 9	U1 0	U1 1	U1 2
RESULTADOS DE APRENDIZAJE	RA 1	X	X										
	RA 2			X									
	RA 3				X	X							
	RA 4						X	X					
	RA 5										X		
	RA 6												X
	RA 7								X	X			
	RA 8											X	
INSTRUMENTOS	PO	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	OA	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	OE						X	X			X	X	

NOTAS:

- La calificación que corresponderá a los Criterios de evaluación asociados a los resultados de aprendizaje ponderará un 100% sobre la nota final.
- La calificación de cada alumno/a se calculará en función de la ponderación de notas obtenidas en cada criterio de evaluación, que a su vez tendrán una ponderación sobre cada resultado de aprendizaje y en la calificación final.

- La calificación del módulo se expresará en valores numéricos de 1 a 10, sin decimales. Se considerarán positivas las calificaciones iguales o superiores a 5 y negativas las restantes.
- Los RA marcados con asterisco (*) deberán tener una calificación igual o superior a cinco para la superación del módulo profesional, debido a su relevancia para el perfil profesional del título al que corresponde.
- El alumnado, previamente a su incorporación a la FFEOE, deberá haber superado los Resultados de Aprendizaje correspondientes a Prevención de Riesgos Laborales presentes tanto en el módulo transversal de IPE I, como en aquellos módulos profesionales en los que la PRL esté incluida.

Tratamiento de la recuperación y mejora de la calificación final

Para el alumnado que pese a asistir regularmente a clase y participar en las actividades programadas, no consiga evaluación positiva del módulo por evaluaciones parciales, o bien no haya superado la FFEOE, se plantearán opciones para mejorar las competencias necesarias de manera que pueda seguir el proceso de evaluación continua. Para ello se plantearán prácticas y/o actividades de “repaso de lo aprendido”. Al ser los contenidos de este módulo acumulativos y necesarios para progresar adecuadamente se entiende que cuando el alumno apruebe las evaluaciones parciales tendrá superadas las evaluaciones anteriores no superadas.

Según la Orden de 18/09 de 2025 (art. 22), “el periodo de refuerzo será el comprendido entre las dos evaluaciones finales”, entre 3/06 y el 22/06.

Pérdida de evaluación continua

La pérdida de la evaluación continua se aplicará al alumnado con un absentismo superior al 20% de la duración total del módulo, a partir de la fecha en la que el alumnado se haya matriculado.

Este Ciclo Formativo tiene carácter presencial, de manera que los alumnos y/o alumnas que no asistan un 20% de las horas de este módulo, perderán el derecho de evaluación continua y tendrán que realizar una serie de pruebas objetivas (indicar cuales) conforme a los criterios de evaluación que estén asociados a los RA no superados.

Situación de las pendientes del plan anterior

Se van a realizar dos convocatorias finales, denominadas por la Consejería de Educación en el sistema de gestión Séneca como: Evaluación de pendientes 1º convocatoria, la cual se realizará la última semana de noviembre – primera de diciembre y evaluación de pendientes 2º convocatoria, se realizará a finales de febrero – primeros de marzo.

La no presentación en cada convocatoria y para cada módulo profesional pendiente conlleva la calificación de “No presentado” y consume convocatoria.

VII. ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

Según el art. 3g) de la Orden 18/09 de 2025, se adaptarán las actividades formativas y de evaluación para el alumnado con discapacidad o necesidades específicas de apoyo educativo. Conforme al DUA y al art. 4.2 de la misma Orden, se priorizará la dimensión práctica del aprendizaje mediante metodologías activas, materiales accesibles y apoyos visuales y tecnológicos. En la evaluación se aplicarán ampliaciones de tiempo, variedad de instrumentos y rúbricas de desempeño, priorizando lo práctico sobre lo teórico. Asimismo, se ofrecerán tutorías, recursos adaptados y accesibilidad a espacios y talleres, garantizando la igualdad de oportunidades.

VII. MATERIALES Y RECURSOS

- Libro recomendado: Comunicación empresarial y atención al cliente. Editorial: Editex. ISBN: 978-84-1321-562-4
- Actividades elaboradas por el profesor.
- Ordenadores y proyector.
- Conexión a internet.
- Plataforma Moodle.

VIII. PROTOCOLO UNIFICADO DE ACTUACIÓN TELEMÁTICA

Para que haya uniformidad a la hora de trabajar de forma telemática y favorecer la atención del alumnado, todo el profesorado del centro debe adoptar las siguientes directrices:

- Se trabajará con el alumnado a través de la plataforma Moodle centros.
- En las videoconferencias con el alumnado y el profesorado se utilizará la herramienta suministrada en Moodle Centros (bbCollaborate).
- La retroalimentación entre profesorado y alumnado se producirá a través de los mecanismos suministrados por la plataforma Moodle.
- Para favorecer la coordinación entre los miembros del equipo docente, además, se podrán utilizar herramientas de Google Drive, por ejemplo:
 - Formularios para recabar información que no tenga carácter personal o confidencial.
 - Hojas de cálculo para organizar actuaciones comunes como el calendario de exámenes de tutoría.
- Uso de Séneca para recabar información de tutoría.

Écija, 15 de octubre de 2025