

**1. Identificación da programación**
**Centro educativo**

Código	Centro	Concello	Ano académico
27015311	A Pinguela	Monforte de Lemos	2022/2023

**Ciclo formativo**

Código da familia profesional	Familia profesional	Código do ciclo formativo	Ciclo formativo	Grao	Réxime
IMP	Imaxe persoal	CMIMP02	Peiteado e cosmética capilar	Ciclos formativos de grao medio	Réxime xeral-ordinario

**Módulo profesional e unidades formativas de menor duración (\*)**

Código MP/UF	Nome	Curso	Sesións semanais	Horas anuais	Sesións anuais
MP0643	Márketing e venda en imaxe persoal	2022/2023	4	70	84

(\*) No caso de que o módulo profesional estea organizado en unidades formativas de menor duración

**Profesorado responsable**

Profesorado asignado ao módulo	ANA ACEBRÁS BOUZA
Outro profesorado	

Estado: Pendente de supervisión equipo directivo



## 2. Concreción do currículo en relación coa súa adecuación ás características do ámbito produtivo

Técnico/a ou axente comercial de empresas do sector.

Demostrador/ora de equipamentos, cosméticos e técnicas de peiteado.

**3. Relación de unidades didácticas que a integran, que contribuirán ao desenvolvemento do módulo profesional, xunto coa secuencia e o tempo asignado para o desenvolvemento de cada unha**

U.D.	Título	Descrición	Duración (sesións)	Peso (%)
1	Identificación de produtos e servizos en empresas de imaxe persoal		14	20
2	Determinación das necesidades do cliente		7	10
3	Pautas de atención ó cliente		7	10
4	Técnicas de publicidade e promoción		14	20
5	Aplicación das técnicas de merchandising		12	15
6	Técnicas de venda en imaxe persoal		20	15
7	Avaliación da calidade do servizo e tratamento de queixas		10	10

#### 4. Por cada unidade didáctica

##### 4.1.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
1	Identificación de produtos e servizos en empresas de imaxe persoal	14

##### 4.1.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA1 - Identifica os produtos e os servizos en empresas de imaxe persoal, aplicando técnicas de márketing.	SI

##### 4.1.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado

Criterios de avaliación
CA1.1 Caracterizouse o márketing no ámbito da imaxe persoal.
CA1.2 Identifícaronse os tipos de márketing.
CA1.3 Determináronse os elementos do márketing mix que pode utilizar a empresa.
CA1.4 Establecéronse as diferenzas entre un ben, como produto tanxible, e un servizo.
CA1.5 Especificáronse as características propias dos servizos de imaxe persoal.
CA1.6 Analizouse a importancia do prezo como ferramenta do márketing mix.
CA1.7 Recoñecéronse os tipos de canles de distribución (por xunto e polo miúdo) relacionados coa imaxe persoal.
CA1.8 Valoráronse as franquías de peiteado e estética como un tipo de distribución con posibilidades de autoemprego.
CA1.9 Identifícaronse os elementos da servución.
CA1.10 Simulouse a creación dun servizo de imaxe persoal aplicando as ferramentas do márketing.
CA1.11 Definíronse as fases do plan de márketing.

##### 4.1.e) Contidos

Contidos
Definición e conceptos básicos de márketing.
Márketing nas empresas de imaxe persoal. Tipos de márketing.
Márketing mix: características e elementos.
Produtos e servizos en imaxe persoal: características.
Servución.
Creación de servizos de imaxe persoal. Factores que interveñen: profesionais, infraestruturas, materiais e clientes.
Plan de márketing: fases.

**4.2.a) Identificación da unidade didáctica**

N.º	Título da UD	Duración
2	Determinación das necesidades do cliente	7

**4.2.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan**

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA2 - Determina as necesidades da clientela, para o que analiza as motivacións de compra de produtos e servizos de imaxe persoal.	SI

**4.2.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado**

Criterios de avaliación
CA2.1 Identifícouse a clientela como elemento máis importante nas empresas de imaxe persoal.
CA2.2 Estableceuse a clasificación da clientela segundo a súa tipoloxía, o seu carácter e o seu papel.
CA2.3 Analizáronse as variables que inflúen no consumo da clientela de imaxe persoal.
CA2.4 Identificáronse as motivacións de compra da clientela.
CA2.5 Establecéronse as fases do proceso de compra.
CA2.6 Especificáronse os niveis de motivación da teoría de Maslow.
CA2.7 Definíronse criterios de calidade na prestación de servizos de imaxe persoal.
CA2.8 Valorouse a importancia de conseguir a satisfacción da clientela como parte do proceso da venda.
CA2.9 Determináronse os mecanismos de fidelización da clientela.

**4.2.e) Contidos**

Contidos
Importancia da clientela nas empresas de imaxe persoal.
Fidelización da clientela.
Concepto e identificación da clientela: clientela interna e externa.
Clasificación da clientela: tipolóxica, segundo o carácter, segundo o papel, etc.
Necesidades, demandas e gustos da clientela.
Variables que inflúen no consumo da clientela.
Motivación, frustración e mecanismos de defensa. Teoría de Maslow.
Proceso de decisión de compra.
Calidade na prestación do servizo.
Importancia da satisfacción da clientela.

**4.3.a) Identificación da unidade didáctica**

N.º	Título da UD	Duración
3	Pautas de atención ó cliente	7

**4.3.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan**

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA3 - Establece pautas de atención á clientela, utilizando as técnicas de comunicación e as súas ferramentas.	SI

**4.3.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado**

Criterios de avaliación
CA3.1 Determinouse o protocolo de atención á clientela en todas as fases do proceso desde a recepción ata a despedida.
CA3.2 Identifícaronse os elementos, as etapas, as barreiras e os obxectivos da comunicación.
CA3.3 Identifícaronse os instrumentos que utilizan as empresas de imaxe persoal na comunicación interna e externa.
CA3.4 Caracterizouse a comunicación verbal coas persoas usuarias.
CA3.5 Estableceuse a secuencia de actuación nunha presentación ou charla comercial.
CA3.6 Identifícaronse as fases da comunicación telefónica.
CA3.7 Analizáronse os instrumentos de comunicación escrita (cartas, folletos, tarxetas, etc.).
CA3.8 Valorouse a importancia da comunicación xestual nas relacións comerciais.
CA3.9 Realizáronse demostracións de produtos e servizos.

**4.3.e) Contidos**

Contidos
Protocolo de atención á clientela en cada fase do proceso.
Etapas e elementos do proceso de comunicación.
Obxectivos da comunicación. Tipos de comunicación nunha empresa de imaxe persoal.
Comunicación verbal oral: técnicas de comunicación interpersonal ou colectiva; barreiras da comunicación; organización de charlas; comunicación telefónica.
Comunicación verbal escrita: normas de comunicación e expresión escrita; instrumentos de comunicación escrita empregados nas empresas de imaxe persoal (cartas, folletos, documentos internos, tarxetas, etc.).
Comunicación xestual.
Presentación e demostración dun produto ou servizo: pautas de realización.

**4.4.a) Identificación da unidade didáctica**

N.º	Título da UD	Duración
4	Técnicas de publicidade e promoción	14

**4.4.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan**

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA4 - Utiliza técnicas de promoción e publicidade, e xustifica a selección dos instrumentos empregados.	SI

**4.4.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado**

Criterios de avaliación
CA4.1 Identifícaronse os obxectivos da publicidade.
CA4.2 Establecéronse as fases dunha campaña publicitaria.
CA4.3 Especificáronse os medios publicitarios máis utilizados polas empresas do sector.
CA4.4 Relacionáronse os instrumentos da promoción cos obxectivos e os efectos.
CA4.5 Establecéronse as fases dunha campaña de promoción
CA4.6 Realizouse unha campaña promocional dun produto ou servizo de estética.

**4.4.e) Contidos**

Contidos
Publicidade: concepto e obxectivos. Campaña publicitaria: fases. Mensaxe e medios publicitarios. Elementos que conforman a publicidade como técnica de venda.
Promoción de vendas: concepto e clasificación. Principais obxectivos e efectos que perseguen as promocións. Instrumentos promocionais utilizados no sector.
Campaña promocional: fases e deseño en imaxe persoal.

**4.5.a) Identificación da unidade didáctica**

N.º	Título da UD	Duración
5	Aplicación das técnicas de merchandising	12

**4.5.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan**

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA5 - Aplica as técnicas do merchandising promocional, utilizando os instrumentos específicos e adecuándoos á imaxe da empresa.	SI

**4.5.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado**

Criterios de avaliación
CA5.1 Establecéronse os obxectivos do merchandising.
CA5.2 Clasifícanse os tipos de compras segundo o comportamento da clientela.
CA5.3 Especificáronse os elementos do merchandising.
CA5.4 Relacionáronse os efectos da ambientación visual, sonora e olfactiva co proceso de venda.
CA5.5 Estableceuse a distribución dos espazos e os produtos nos puntos de venda.
CA5.6 Identifícanse os carteis e os expositores como instrumentos de publicidade no lugar de venda.
CA5.7 Analizouse a función do escaparate e a súa influencia na decisión de compra das persoas.
CA5.8 Aplicáronse e combináronse os elementos do merchandising.

**4.5.e) Contidos**

Contidos
Concepto de merchandising. Merchandising básico e promocional. O merchandising no centro de beleza.
Tipos de compras: compras previstas e por impulso.
Elementos do merchadising: ambientación xeral, puntos de venda, elementos exteriores do establecemento e escaparates. Publicidade no lugar de venda (PLV): carteis e expositores.



**4.6.a) Identificación da unidade didáctica**

N.º	Título da UD	Duración
6	Técnicas de venda en imaxe persoal	20

**4.6.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan**

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA6 - Realiza demostracións de venda de servizos e produtos de imaxe persoal, para o que define as etapas e utiliza as técnicas específicas.	SI

**4.6.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado**

Criterios de avaliación
CA6.1 Identifícanse as calidades, as actitudes, as aptitudes e as habilidades que debe reunir o persoal asesor de vendas nas relacións comerciais.
CA6.2 Establecéronse as técnicas de asertividade utilizadas nas relacións comerciais.
CA6.3 Aplicáronse técnicas de asertividade e habilidades sociais.
CA6.4 Valorouse a importancia da imaxe persoal e profesional do persoal asesor de vendas como primeira carta de presentación.
CA6.5 Establecéronse as fases e as técnicas de venda.
CA6.6 Estableceuse a argumentación comercial como fórmula de recomendación á clientela.
CA6.7 Establecéronse as pautas para a resolución de obxeccións á venda.
CA6.8 Identifícanse os sinais de pechamento da venda.
CA6.9 Establecéronse estratexias para o pechamento dunha venda.
CA6.10 Identificouse e expúxose a información que se lle debe achegar á clientela para a asesorar sobre o uso de cosméticos e servizos de imaxe persoal.
CA6.11 Aplicáronse técnicas de asesoramento sobre o uso de cosméticos e servizos de imaxe persoal.
CA6.12 Establecéronse os procedementos para o seguimento posvenda nos procesos comerciais.

**4.6.e) Contidos**

Contidos
Características do persoal asesor de vendas en imaxe persoal: asertividade e empatía; imaxe persoal e profesional.
Fases e técnicas de venda. Argumentación comercial. Obxeccións: clasificación e tratamento. Pechamento da venda: sinais, técnicas e tipos. Venda cruzada.
Asesoramento profesional na venda de cosméticos e servizos imaxe persoal. Fichas de apoio técnico á venda de cosméticos.
Servizo de asistencia posvenda. Seguimento comercial ou posvenda: documentación de seguimento. Procedementos posvenda utilizados. Análise da información: informes comerciais.

**4.7.a) Identificación da unidade didáctica**

N.º	Título da UD	Duración
7	Avaliación da calidade do servizo e tratamento de queixas	10

**4.7.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan**

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA7 - Avalía a calidade do servizo e trata as reclamacións e as queixas, aplicando procedementos de resolución de conflitos.	SI

**4.7.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado**

Criterios de avaliación
CA7.1 Deseñáronse cuestionarios para avaliar a atención recibida e o grao de satisfacción da clientela.
CA7.2 Describiuse o procedemento para a resolución de conflitos e reclamacións.
CA7.3 Describiuse o procedemento para a recollida de reclamacións.
CA7.4 Identificáronse as alternativas ao procedemento que se lle poidan ofrecer á clientela ante reclamacións doadamente arranxables.
CA7.5 Comproboouse que se dispoña dos formularios oficiais de reclamación e que se informara a clientela da súa dispoñibilidade.
CA7.6 Trasladoose a información sobre a reclamación segundo a orde xerárquica preestablecida.
CA7.7 Rexistrouse a información do seguimento posvenda, de incidencias, de peticións e de reclamacións de clientes como indicadores para mellorar a calidade do servizo prestado e aumentar a fidelización.

**4.7.e) Contidos**

Contidos
Valoración da clientela da atención recibida. Cuestionarios de satisfacción.
Procedementos para a resolución de queixas e reclamacións.
Elementos dunha queixa ou reclamación.
Formularios oficiais de reclamación ou queixas.
Procedemento de recollida das reclamacións.
Documentos necesarios ou probas nunha reclamación.
Fases da resolución de queixas e reclamacións.

## 5. Mínimos exigibles para alcanzar a avaliación positiva e os criterios de cualificación

Os mínimos exigibles son os enumerados nos criterios de avaliación (apartado d de cada una das unidades didácticas).  
a avaliación realizarase ao longo de todo o proceso formativo do alumnado, polo que ten carácter continuo e farase a través de probas teóricas.

### AVALIACIÓN

A avaliación é un elemento central da práctica educativa. A información que proporciona servirá como punto de partida para a actuación pedagóxica.

A avaliación debe realizarse en tres momentos:

Avaliación inicial que permite saber aquilo que o alumnado xa sabe. Esta avaliación previa debe tender a que se expliciten os preconceptos e os esquemas alternativos do alumnado, así como a súa cosmovisión en relación cos contidos. Os resultados de dita avaliación deberán incorporarse ó proceso de ensino-aprendizaxe.

Avaliación procesual, facilitadora do proceso de ensino-aprendizaxe e integrada nel. De carácter eminentemente formativo, as súas conclusións parciais retroalimentarán dito proceso, potenciando a atención á diversidade.

Avaliación final, co fin de establecer o grao de alcance das finalidades propugnadas polos obxectivos e os criterios de avaliación.

### SISTEMAS DE CUALIFICACIÓN

A avaliación tende a comprobar o nivel de consecución dos contidos a través dos criterios de avaliación fixados. Os contidos avaliaranse a través de probas escritas que terán lugar en cada avaliación.

Nas avaliacións realizaranse probas escritas, que abranguen exames, cuestionarios, traballos, etc e que constituirán o cen por cen da nota.

A nota de cada avaliación será a nota media obtida entre todas as probas avaliadas sempre que estean todas aprobadas.

Si alguna das probas avaliadas está suspensa a nota da avaliación será inferior a 5.

A nota final de cada unha destas avaliacións quedará como segue:

-Alumnado que aproba a avaliación será: aqueles que teñan todas as probas da avaliación aprobadas, e dicir, aqueles cunha nota mínima en cada proba de 5 puntos. A nota da avaliación será o resultado da media entre todas as probas. Se existise fracción decimal na nota media, procederase do seguinte xeito:

-Fraccións decimais superiores ou iguais a medio punto: redondearase por exceso.

-Fraccións decimais inferiores a medio punto: non existirá redondeo á alza.

-Alumnado que non aproba a avaliación: aqueles cunha nota en alguna proba que non acade os 5 puntos. Se existise fracción decimal ao facer a media das unidades para obter a nota media da avaliación, en ningún caso se redondeará á alza a fracción decimal. A máxima nota neste caso

será 4.

A nota final do curso obtida polo alumno/a será a media das notas obtidas nas probas, sempre e cando estean aprobadas.

Sancionárase coa cualificación de cero cando se comprobé que o alumno/a non actuou limpamente ao realizar as probas porque copiara ou realizara condutas similares.

A consecución dos contidos actitudinais non se reflectirá como unha parte da nota do alumnado, sen embargo a súa non consecución si reducirá a nota.. Presuponse a asistencia habitual a clase do alumnado, o comportamento correcto e a súa actitude participativa, de xeito que non se puntuará positivamente a asistencia, o bo comportamento ou a actitude. No caso de que o bo comportamento e a actitude non se dean, poderase aplicar un procedemento especial de avaliación que consistirá en aplicar un desconto na nota final do curso obtida, por cada apercibimento por escrito e comunicado a xefatura de estudos, ademais da sanción que corresponda segundo o réxime interno do centro. Dito desconto será na nota final do curso, de 0,5 puntos por falta leve, de 1 punto por falta grave. Considerarase falta leve ou grave segundo o establecido no regulamento de réxime interno.

## **6. Procedemento para a recuperación das partes non superadas**

### **6.a) Procedemento para definir as actividades de recuperación**

As clases de recuperación desenvolveranse de acordo a un calendario no que os/as alumnos/as xunto co profesor/a repartirán a materia en bloques para cada un dos días establecidos. Estes días os alumnos/as deberán traer a parte teórica preparada para poder consultar dúbidas e facer as prácticas correspondentes.

\*Ao remate do período de recuperación os/as alumnos/as someterase a unha proba teórica (100%)

### **6.b) Procedemento para definir a proba de avaliación extraordinaria para o alumnado con perda de dereito a avaliación continua**

O sistema extraordinario de avaliación consistirá na realización dunha proba teórica proposta polo profesor@ do módulo e avaliada polo departamento. a proba versará sobre todos os contidos incluídos no programa do módulo.

## **7. Procedemento sobre o seguimento da programación e a avaliación da propia práctica docente**

Nas reunións de departamento tratarase de forma habitual o cumprimento da programación didáctica o longo do curso

O sistema de calidade fai necesario unha revisión trimestral do cumprimento da programación e a planificación das medidas correctivas pertinentes de cara o resto do curso.

## **8. Medidas de atención á diversidade**

### **8.a) Procedemento para a realización da avaliación inicial**

O comenzo das actividades do curso. Transcurrido polo menos 1 mes o equipo docente realizará unha sesión de avaliación inicial do alumnado, Nesta sesión, o profesor ou a profesora que se encarguen da titoría darán a información dispoñible sobre as características xerais do grupo ou sobre as circunstancias especificamente académicas ou persoais, con incidencia educativa, de cantos alumnos e alumnas o

compoñan

O tratado na sesión de avaliación inicial e os acordos que adopte o equipo docente nela recolleranse nunha acta, da cal se entregará copia na xefatura de estudos, incluíndo

especialmente aqueles que teñan que ver con aspectos de flexibilización na duración das ensinanzas, segundo se desenvolve no artigo 16 desta orde. Esta avaliación inicial en ningún caso comportará cualificación para o alumnado.

### **8.b) Medidas de reforzo educativo para o alumnado que non responda globalmente aos obxectivos programados**

De haberen alumn@s con altas capacidades ou con dificultades ou problemas de aprendizaxe por motivos motores, sensoriais, de desenvolvemento ou socioculturais, serán atendidos polo profesorado do departamento. Dependendo de cada caso, levarase a cabo unha atención individualizada apoiada por parte do profesorado con dispoñibilidade horaria e programas específicos de intervención coa axuda do departamento de orientación

## **9. Aspectos transversais**

### **9.a) Programación da educación en valores**

#### **EDUCACIÓN MORAL E CÍVICA**

Pretende educar no pluralismo en dúas direccións: O respecto pola autonomía dos demais e o diálogo como forma de solución de diferenzas. Relaciónase cos contidos actitudinais. O comportamento cívico ten que ver coas actitudes mediante as que se poñen de manifesto a orde, a precisión e coidado na realización e presentación de tarefas e no uso adecuado dos instrumentos propios e da comunidade educativa; tamén no respecto que os alumnos deben ter con outros enfoques diferentes ós seus na resolución das diferentes tarefas.

Este tema transversal ten moita importancia na familia de Imaxe persoal e trátase en todos os módulos xa que o alumno debe respectar en todo momento o traballo dos seus compañeiros e valorar e coidar como propios todas as instalacións, os materiais e recursos educativos dos que dispón o centro educativo.

É necesario que todo profesional teña claramente establecidos criterios de cómo o seu facer profesional pode afectar ó medio ambiente e o xeito de actuación para evitar, mitigar ou remediar o dano ambiental real ou potencial.

Por outra banda, consideramos decisivo impulsar un cambio de valores, adquirindo una importancia significativa o respecto e defensa do medio ambiente.

### **9.b) Actividades complementarias e extraescolares**

As actividades extraescolares prográmanse co obxecto de asistir a exposicións, mostras ou visitas a instalacións ou establecementos relacionadas coa familia de Imaxe Persoal.

Non son fixas dependendo do curso e datas nas que se realizan os eventos polo que non podemos planificalas con moita anterioridade

O obxecto das actividades complementarias previstas polo departamento é familiarizar @s alumn@s co seu futuro traballo profesional.

Xustifícanse pola necesidade que teñen os profesionais da familia de Imaxe Persoal que, de forma continua, deben adaptarse aos cambios tecnolóxicos provocados polas novas demandas, cada vez máis específicas, producindo cambios na súa actividade profesional, de xeito que a implantación destas novas técnicas baséase no uso de equipamentos cada vez máis sofisticados e de produtos cosméticos con maior especificidade e actividade. Lévanse a cabo, de forma xeral, na propia aula. Aínda que están integradas nun módulo concreto, formando parte dos procedementos e se é posible dentro do seu horario lectivo, inténtase que sexan o máis abertas posibles; de feito poden implicar aos dous cursos dun mesmo ciclo, aos dous ciclos medios ou incluso a tod@s os alumn@s dos ciclos formativos.

Exposicións e demostracións de tratamentos relacionados cos diferentes módulos

## **10. Outros apartados**

### 10.1) Estratexias Metodolóxicas

Débense contemplar os tres escenarios posibles.

#### a) Presencial

Os principios metodolóxicos xerais constitúen a fonte pedagóxica da programación. A idea fundamental que sustenta estes principios é que o alumno é o principal artífice do seu propio aprendizaxe e que o profesor convértese en mediador ou guía neste proceso, permitindo establecer relacións entre os coñecementos e experiencias previas e os novos contidos. Non existe unha metodoloxía única e válida para tódalas situacións, polo tanto, nós utilizaremos aquela que nos axude a alcanzar a progresiva autonomía e educación integral do alumno como obxectivo de final de etapa. Para isto, nos baseamos nos principios que establece o currículo, destacando que o alumno realice aprendizaxes significativos por si, é dicir, que aprenda a aprender. Como técnica de ensinanza empregaremos: a instrución directa naquelas unidades nas que o aprendizaxe precise dun rendemento mecánico como factor vital para que o obxectivo proposto se poida alcanzar de forma eficaz, e a técnica mediante a busca nas unidades didácticas que nos interese que o alumno desenvolva os procesos dedutivos e de enriquecemento. En canto ao estilo de ensinanza empregaremos aquel máis axeitado a cada situación desde os máis directivos como o mando directo modificado, ata os máis produtivos e creativos como o descubrimento guiado. Como estratexia na práctica utilizaremos tarefas globais sempre que sexa posible e acudiremos ás analíticas cando sexa necesario en función da natureza do traballo a realizar. Proporase traballar por proxectos e dependendo da resposta do alumnado variarase ou non ese método.

#### b) Semipresencial

No centro adoptáronse as medidas para optar polo ensino presencial. O suposto que se contempla é que parte do alumnado non poda asistir a clases por estar confinado. O procedemento a seguir con este alumnado é o mesmo que no suposto de clases non presenciais.

#### c) Non presencial

Co alumnado que non poda asistir ao centro por estar confinado o ensino será non presencial. O procedemento será o seguinte. O profesor indicará na aula virtual e/ou google classroom ou por correo electrónico as actividades a realizar, explicacións de contidos, correccións de exercicios..... Tamén será a canle de contacto para resolver dúbidas e planificar videoconferencias (Zoom e/ou Webex). No caso de alumnado que non dispoña de medios telemáticos a información se lle comunicará por correo postal.