



ANEXO XIII
MODELO DE PROGRAMACIÓN DE MÓDULOS PROFESIONAIS

1. Identificación da programación

Centro educativo

Código	Centro	Concello	Ano académico
36014544	Indalecio Pérez Tizón	Tui	2023/2024

Ciclo formativo

Código da familia profesional	Familia profesional	Código do ciclo formativo	Ciclo formativo	Grao	Réxime
COM	Comercio e márketing	CSCOM03	Xestión de vendas e espazos comerciais	Ciclos formativos de grao superior	Réxime xeral-ordinario

Módulo profesional e unidades formativas de menor duración (*)

Código MP/UF	Nome	Curso	Sesións semanais	Horas anuais	Sesións anuais
MP0927	Xestión de produtos e promocións no punto de venda	2023/2024	6	105	126
MP0927_12	Implantación de produtos	2023/2024	6	55	66
MP0927_22	Accións promocionais en espazos comerciais	2023/2024	6	50	60

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

Profesorado responsable

Profesorado asignado ao módulo	MÓNICA AMOEDO VIDAL
Outro profesorado	

Estado: Pendente de supervisión inspector



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

O título de Técnico Superior en Xestión de Ventas e Espazos Comerciais ven regulado polo RD 1573/2011 que contén o perfil profesional que serve de referencia para definir a súa formación e que no futuro lle permitirá desempeñar funcións en diferentes sectores productivos:

En empresas de calquera sector produtivo e nomeadamente do sector do comercio e o márketing públicos e privados, realizando funcións de planificación, organización e xestión de actividades de compravenda de produtos e servizos, así como de deseño, implantación e xestión de espazos comerciais. Trátase de traballadores e traballadoras por conta propia que xestionen a súa empresa realizando actividades de compravenda de produtos e servizos, ou por conta allea, que exerzan a súa actividade no departamento de vendas, comercial ou de márketing, dentro dos subsectores de: Industria, comercio e agricultura, nos departamentos de vendas, comercial ou de márketing; empresas de distribución comercial por xunto e/ou polo miúdo, nos departamentos de compras, vendas, deseño e implantación de espazos comerciais, comercial ou de márketing; entidades financeiras e de seguros, nos departamentos de vendas, comercial ou de márketing; empresas intermediarias no comercio como axencias comerciais, empresas de asesoramento comercial e xurídico, etc; empresas importadoras, exportadoras e distribuidoras-comercializadoras; empresas de loxística e transporte; asociacións, institucións, organismos e organizacións non gobernamentais (ONG).

Os postos de traballo máis salientables son:

Xefe/a de vendas; representante comercial; axente comercial; encargado/a de tenda; encargado/a de sección dun comercio; vendedor/ora técnico/a; coordinador/ora de comerciais; supervisor/ora de telemárketing; merchandiser; escaparatista comercial; deseñador/ora de espazos comerciais; responsable de promocións no punto de venda; especialista en implantación de espazos comerciais.

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	A variedade de produtos nun establecemento comercial	Definimos, clasificamos e determinamos a variedade de produtos nun establecemento comercial	22	20
2	A implantación dos produtos nos lineais	Definimos e xestionamos o lineal, repartimos espazo, implantamos	22	20
3	A rendibilidade da implantación da variedade de produtos	Valoramos a implantación e, se necesario, tomamos medidas correctoras.	22	20
4	Deseño das accións promocionais no punto de venda.	Concepto e clases de promocións, produtos e materiais promocionais.	25	20
5	Procedementos de selección e formación do persoal de promoción no punto de venda.	Persoal de promocións comerciais, seguridade e hixiene	10	10
6	Control da eficiencia das accións promocionais	Criterios, índices e ratios de control das accións promocionais	25	10



4. Por cada unidade didáctica

4.1.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
1	A variedade de produtos nun establecemento comercial	22

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA1 - Determina a dimensión da variedade de produtos, definindo a colocación estratéxica para conseguir a xestión óptima do establecemento	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 Elixiuse a variedade de produtos de acordo coa información comercial dispoñible
CA1.2 Utilizáronse aplicacións informáticas de xestión comercial na análise da variedade de produtos
CA1.3 Calculáronse os coeficientes de ocupación do solo e do espazo para determinar a densidade comercial mediante follas de cálculo informáticas
CA1.4 Distribuíronse os metros lineais do establecemento entre cada familia de produtos e/ou servizos, utilizando programas informáticos
CA1.5 Segmentouse a variedade de produtos en familias e servizos segundo obxectivos comerciais
CA1.6 Aplicáronse métodos de cálculo da dimensión da variedade de produtos para asegurar a rendibilidade do punto de venda
CA1.7 Determinouse o número de referencias de cada familia de produtos e servizos segundo obxectivos comerciais
CA1.8 Realizáronse estudos de análise da competencia e de expectativas dos/as consumidores/as para mellorar a elección da variedade de produtos



4.1.e) Contidos

Contidos
Clasificación de produtos por familias, gamas, categorías, colocación, acondicionamento e codificación. 0Programas informáticos de xestión da variedade de produtos. Estrutura da variedade de produtos. Obxectivos, criterios de clasificación e tipoloxía da variedade de produtos. Métodos de determinación da variedade de produtos. Amplitude, largura e profundidade da variedade de produtos. Coherencia da variedade de produtos. Elección de referencias. Número máximo, mínimo e normal de referencias. Limiar de supresión de referencias.

4.2.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
2	A implantación dos produtos nos lineais	22

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA2 - Determina o procedemento de implantación da variedade de produtos nos lineais segundo criterios comerciais, optimizando as operacións de mantemento e reposición	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 Establecéronse os niveis de exposición do lineal, atendendo ao seu valor comercial



Criterios de avaliación
CA2.2 Asignáronse as referencias da variedade de produtos ao lineal en función dos plans de venda
CA2.3 Calculouse o número óptimo de unidades dispostas na fachada dos andeis (facings) para cada referencia segundo criterios comerciais e de organización
CA2.4 Utilizáronse aplicacións informáticas para a optimización do lineal
CA2.5 Determinouse o sistema de organización dos recursos humanos e materiais necesarios nas operacións de colocación, reposición e mantemento dos lineais
CA2.6 Calculouse o número de traballadores/as que se precisa en cada sección ou actividade en función do tempo de implantación dos produtos
CA2.7 Elaboráronse instrucións claras e precisas de colocación, reposición e mantemento dos lineais para llas transmitir ao equipo humano
CA2.8 Programouse e organizouse a reposición de produtos, asegurando a súa presenza continua no lineal

4.2.e) Contidos

Contidos
O lineal: definición e funcións. Zonas e niveis do lineal. Sistemas de repartición e de reposición do lineal. Tipos de exposicións do lineal. Lineal óptimo. Tempos de exposición. Disposición de artigos na fachada dos andeis (facings). Regras de implantación. Aplicacións informáticas de optimización de lineais. Organización dos recursos humanos en operacións relativas aos lineais.



4.3.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
3	A rendibilidade da implantación da variedade de produtos	22

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA3 - Calcula a rendibilidade da implantación da variedade de produtos, analizando e corrixindo as posibles desviacións sobre os obxectivos propostos	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 Calculouse o rendemento da superficie de venda, utilizando follas de cálculo informáticas
CA3.2 Utilizáronse os instrumentos cualitativos e cuantitativos, así como os parámetros de xestión e calidade, para valorar de xeito periódico a implantación dos produtos
CA3.3 Calculouse a eficacia financeira dunha familia de produtos mediante o uso de follas de cálculo informáticas
CA3.4 Definíronse os parámetros que implican a supresión dunha referencia da variedade de produtos
CA3.5 Definíronse as variables e os sistemas ou criterios de calidade necesarios para introducir novas referencias na variedade de produtos
CA3.6 Calculouse a rendibilidade das políticas de merchandising mediante a aplicación informática axeitada
CA3.7 Realizáronse informes que reflictan os resultados e as conclusións sobre a rendibilidade das políticas de merchandising aplicadas

4.3.e) Contidos

Contidos
Instrumentos de control cuantitativos e cualitativos.
Parámetros de xestión por categorías: marxe bruta, cifra de facturación, beneficio bruto, índices de circulación, atracción, compra, etc.
Rendibilidade directa do produto.



ANEXO XIII
MODELO DE PROGRAMACIÓN DE MÓDULOS PROFESIONAIS

Contidos
Análise de resultados e presentación de informes.
Medidas correctoras: supresión e introdución de referencias.
Follas de cálculo.

4.4.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
4	Deseño das accións promocionais no punto de venda.	25

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA1 - Deseña accións promocionais no punto de venda, aplicando técnicas de merchandising axeitadas	SI

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

Criterios de avaliación
CA1.1 Identifícanse e organizáronse as accións de merchandising ou márketing directo adecuadas ao tipo de promoción definido no plan de márketing
CA1.2 Utilizáronse aplicacións informáticas na organización e na planificación das accións promocionais
CA1.3 Calculouse o orzamento necesario para levar a cabo a acción promocional
CA1.4 Definiuse a forma e o contido da mensaxe promocional, consonte o plan de vendas ou promoción
CA1.5 Seleccionáronse os materiais e os soportes comerciais necesarios para as accións promocionais
CA1.6 Identifícanse os lugares máis idóneos para situar as promocións, de maneira que forcen o percorrido da clientela pola maior parte do establecemento
CA1.7 Realizáronse e colocáronse os indicadores visuais necesarios que dirixan a clientela cara ás zonas promocionais
CA1.8 Simuláronse accións de información e atención á clientela durante a acción promocional, cumprindo os requisitos de amabilidade, claridade e precisión



4.4.e) Contidos

Contidos
Comunicación comercial. 0Publicidade no lugar de venda (PLV). Tipos de elementos de publicidade: stoppers, pancartas, pantallas, carteis, etc. Publicidade e promoción. Márketing directo. Público obxectivo. Promocións de fabricante e de distribuidor/ora. Promocións dirixidas aos/ás consumidores/as. Animación de puntos quentes e fríos. Indicadores visuais. Produtos gancho e produtos estrela.

4.5.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
5	Procedementos de selección e formación do persoal de promo- ción no punto de venda.	10

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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA2 - Determina os procedementos de selección e formación do persoal de promoción no punto de venda, definindo o perfil da persoa candidata e as accións formativas segundo o orzamento dispoñible	SI



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

Criterios de avaliación
CA2.1 Definiuse o perfil do persoal de promoción necesario para desenvolver as diferentes accións promocionais
CA2.2 Determináronse as accións formativas adecuadas ao persoal de promoción, en función das características do produto e aplicando técnicas de liderado e traballo en equipo
CA2.3 Identifícanse os tipos de clientela, para lle proporcionar a atención e a información axeitadas durante a acción promocional
CA2.4 Seleccionáronse as instrucións que cumpra transmitirle de xeito claro e preciso ao persoal encargado de realizar as accións promocionais
CA2.5 Analizouse a normativa de seguridade e prevención de riscos laborais, para garantir o seu cumprimento durante a realización das accións promocionais

4.5.e) Contidos

Contidos
Perfil do persoal de promocións comerciais. Tipoloxía da clientela. Formación de persoal de promocións comerciais. Normativa de seguridade e prevención de riscos laborais no punto de venda. Técnicas de manipulación de produtos. Técnicas de liderado e de traballo en equipo.

4.6.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
6	Control da eficiencia das accións promocionais	25



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

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA3 - Controla a eficiencia das accións promocionais, adoptando medidas que melloren a xestión da actividade	SI

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

Criterios de avaliación
CA3.1 Establecéronse procedementos de control que permitan detectar desviacións respecto aos obxectivos
CA3.2 Elaboráronse tests e enquisas de valoración das campañas promocionais que permitan obter información sobre a súa rendibilidade e a súa eficacia
CA3.3 Calculáronse as razóns de control das campañas promocionais mediante programas específicos ou xenéricos de xestión
CA3.4 Detectáronse as desviacións producidas respecto aos obxectivos comerciais planificados
CA3.5 Propuxéronse as medidas correctoras máis eficaces sobre as desviacións detectadas

4.6.e) Contidos

Contidos
Criterios de control das accións promocionais.
Índices e razóns económico-financeiras: marxe bruta, taxa de marca, existencias medias, rotación das existencias, rendibilidade bruta, etc. Análise de resultados. Auditorías de márketing. Análise da promoción na web.
Razóns de control de eficacia de accións promocionais: razóns xerais das accións promocionais, do lineal, de márketing e das promocións.
Análise das desviacións. Aplicación de medidas correctoras.



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

Os mínimos esixibles son os enumerados nos criterios de avaliación das unidades contidos básicos do Título de Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales, RD 1573/2011

A asistencia á clase será continuada e regular (as faltas non superarán o 10% das horas lectivas do módulo -13 períodos lectivos), en caso contrario perderase o dereito á avaliación continua.

Para a cualificación do módulo teranse en conta as consideracións seguintes:

CRITERIOS DE CUALIFICACIÓN:

1. Parte práctica: constará na realización das actividades propostas na aula, seguindo as pautas indicadas. Estas actividades deberán entregarse en prazo na Aula Virtual, e suporán un 40% da cualificación final de cada avaliación., e realizaranse a partir de cada unha das unidades didácticas en que dividimos a materia. En cada documento deben tratarse todos os puntos relevantes dos temas correspondentes, como se explicará na clase e quedará recollido na lista de cotexo e na Aula Virtual, así como constar as conclusións das análises realizadas. Deben estar elaborados coas aplicacións informáticas que se indique, seguir o guión proposto e ter unha presentación maquetada, ortografía e sintaxe axeitadas ó nivel educativo de ciclo superior. As análises partirán de observacións e reflexións documentadas, na medida do posible, no documento, e empregar os conceptos técnicos aprendidos na clase de forma correcta. Para poder facer media, deberán entregarse un mínimo de 90% dos traballos propostos.

2. Parte teórica: constará na realización dunha proba trimestral de carácter teórico-práctico. Suporá o 60% da cualificación final de cada avaliación. As probas escritas deben mostrar un grao suficiente de adquisición das competencias recollidas nos criterios de avaliación correspondentes.

Para lograr o aprobado en cada avaliación, a media deberá ser 5 ou maior de 5. Para facer media entre o apartado teórico e o práctico, o alumnado deberá obter, como mínimo, unha puntuación de 2,5 sobre 6 na parte teórica, así como ter realizado, e entregado dentro do prazo preestablecido na Aula Virtual Moodle, un mínimo do 90% dos traballos prantexados na aula. Sen estes requisitos non se fará media e, polo tanto, non se poderá lograr o aprobado.

- Na Avaliación Final, a nota será a resultante da media ponderada das 2 primeiras avaliacións do curso, tendo en conta os decimais (sen redondear). O peso será de 40% a nota final da 1ª Avaliación, 60% da nota final da 2ª Avaliación,. No caso de ter decimais a media resultante, nesta Avaliación Final, redondearase á alza a partir de 0,5. O aprobado lograrse a partir do 5.

-As tarefas e actividades presentadas deberán ser orixinais. Se se detectasen tarefas plaxiadas anularanse e perderase a súa puntuación correspondente a elas. No caso de que dúas ou máis persoas presentasen a mesma tarefa a sanción aplicarase a todas elas.



- Usar o móbil durante un exame, así como calquera papel escrito alieo ós facilitados pola docente, anulará o exame, que obterá a cualificación de 0.

- No 3º Trimestre levarase a cabo, no caso de teren todas as materias aprobadas, os módulos de formación en centros de traballo (FCT) que se cualificará como « apto/apta », ou « non apto/non apta », así coma o módulo de Proxecto. Este último permitirá integrar de forma global os aspectos máis salientables das competencias profesionais, persoais e sociais características do título que se abordaron no resto dos módulos profesionais, con aspectos relativos ao exercicio profesional e á xestión empresarial, tal e como se establece no DECRETO 50/2016, do 7 de abril, polo que se establece o currículo do ciclo formativo de grao superior correspondente ao título de técnico superior en Xestión de Ventas e Espazos Comerciais en Galicia. Este Proxecto será presentado ante un tribunal composto dos docentes do curso de 2º CSC, e valorado de 0 a 10. Precisarase un 5 ou máis de 5 para lograr o aprobado.

Superar a materia esixe unha puntuación mínima do 50% en cada un dos apartados.

Para o seguemento da materia recoméndase o uso do manual Xestión de Produtos e Promocións no punto de venda, da editorial Paraninfo. Coma complemento de estudo, subírase material didáctico á Aula Virtual.

6. Procedemento para a recuperación das partes non superadas

6.a) Procedemento para definir as actividades de recuperación

Tendo en conta que neste módulo non se dá unha progresividade total na aprendizaxe, xa que hai bloques bastante diferenciados, superar a avaliación correspondente a un bloque temático non significa superar os temas anteriores. Dentro de cada trimestre haberá actividades de recuperación da materia avaliada nel.

A nota do trimestre será conxunta, abranguerá toda a materia e actividades do trimestre. De maneira que un aprobado implica aprobar todas as partes avaliadas no trimestre e un suspenso implica repetir as probas de todas as partes, aínda que algunha puidera estar inicialmente aprobada.

Para aquel alumnado que non acade a cualificación mínima de 5 puntos na avaliación final do módulo produto da nota media das cualificacións das 2 avaliacións ou recuperacións, asistirá ás clases de recuperación, realizará pola súa conta as actividades de reforzo propostas pola profesora, e presentárase ó remate do curso na data establecida polo centro á realización dunha proba escrita final dos contidos mínimos de todo o temario onde se lle esixirá para superar o módulo unha nota mínima de 5 puntos sobre un total de 10.

As actividades de reforzo poden consistir en exercicios teóricos, procedementos, elaboración de informes ou outras actividades desenvolvidas durante o curso, e deberá presentar estas actividades resoltas na data de celebración do exame. A presentación e defensa na aula destas actividades é requisito necesario para a superación do módulo, ademais de aprobar a proba correspondente.



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

O alumnado que perdera a avaliación continua deberá presentarse a un exame único no mes de marzo/abril, antes da avaliación final de módulos, para superar a materia. O PD non quitará o dereito de asistencia á clase.

Os exames poden consistir en probas teóricas e procedementos, así como en presentar e defender informes equivalentes ós elaborados polo alumnado que asistiu a clase, ou realizar outras actividades equivalentes ás desenvolvidas durante o curso.

As ferramentas de avaliación que se empreguen non teñen que coincidir coas empregadas durante o curso, usaranse máis probas teóricas e procedementos para avaliar materia que durante o curso se avalía con outros instrumentos.

Aprobar a proba escrita final dos contidos de todo o temario esixe para superar o módulo unha nota mínima de 5 puntos sobre un total de 10. No caso de ser resultado decimal, e a partir do 5, redondearase á alza a partir do 0.75. A nota acadada nesta proba escrita será a nota final do/a alumno/a.

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

Durante o curso procederase regularmente a comprobar se o desenvolvemento das clases segue o ritmo previsto na programación, ou se hai algún tipo de desaxuste, por ir máis rápido ou máis despacio do previsto.

Tamén veremos se as actividades previstas en cada apartado son suficientes para que o alumnado do curso asimile os contidos propostos no currículo. Un elemento importante para valorar este punto son as probas escritas que vai realizando o alumnado de forma continuada.

Cando a observación aconselle modificar algún aspecto da programación, ou da práctica docente, terase en conta e procederase a cambiar co obxectivo de adecuar o máis posible a docencia á comprensión e intereses do alumnado, como medio para conseguir os obxectivos do currículo.

8. Medidas de atención á diversidade

8.a) Procedemento para a realización da avaliación inicial

Ó inicio deste módulo haberá unha AVALIACIÓN INICIAL co fin de determinar cales son os coñecementos previos dos alumnos/as e as súas características, con respecto ó módulo de Políticas de Marketing,



identificando os contidos e principais actividades para acadar o conxunto de Resultados de Aprendizaxe que conforman a programación proposta, e a relación con outros módulos do ciclo formativo correspondente. Deberá contemplarse esta primeira avaliación como motivadora para que os alumnos/as poidan enfrontarse ó desenvolvemento do módulo profesional. Valorarase ademais a actitude inicial ante os obxectivos que se pretenden, considerando entre eles o máis importante a asociación do marketing e merchandising co desenvolvemento de actividades no ámbito comercial, empresarial e organizativo, a actitude observadora diante das actividades comerciais que teñen lugar na contorna, e as actividades realizadas nas primeiras semanas do curso.

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

Cando un alumno presente dificultades para acadar os obxectivos programados coas actividades previstas, e teña interese en superar as devanditas dificultades, poderá recibir materiais para elaborar e traballar a materia na que se presenten as dificultades. O seguimento destes materiais farase na aula, mentres os compañeiros/as adquiren competencias que non formen parte dos contidos básicos.

9. Aspectos transversais

9.a) Programación da educación en valores

Consideramos de especial relevancia neste ciclo o traballo en equipo, e os valores asociados ó mesmo: respecto, axuda mutua, pensamento positivo,...
Traballaremos regularmente con métodos de aprendizaxe cooperativo.

No curso 2021-2022 e derivado da pandemia e conseguinte situación sanitaria que vivimos, consideramos importante a educación en hábitos hixiénicos tal como establecen as autoridades educativos e sanitarias: hábito de uso de máscara, limpeza rigorosa do posto de traballo na aula a primeira e última hora, hixiene regular de mans ó entrar e saír da aula. Tamén destacaremos a importancia da ventilación adecuada e suficiente dos espazos de traballo, en primeiro lugar da aula.

9.b) Actividades complementarias e extraescolares

Realizaranse as que o departamento de comercio, nunha reunión de todos os seus membros, acorde.



10.Outros apartados

10.1) COVID19

En previsión de posibles confinamentos do alumnado, empregamos a Aula Virtual de forma habitual para entrenar o alumnado en recibir documentación e información, así como para enviar traballos, actividades e informes. Empregamos Abalar para enviar notificacións e mensaxes curtas.

En caso de confinamento parcial, dun número reducido de alumnado do grupo, a aula virtual será o espazo que permita que o alumnado reciba información sobre as tarefas desenvolvidas na aula, envíe os seus traballos e dúbidas e reciba feedback, correccións e aclaración de dúbidas. Isto complementarase cun contacto persoal telefónico periódico.

En caso de confinamento global, da totalidade do grupo, aplicaranse as medidas establecidas pola Consellería de Educación e a dirección do instituto. Neste caso adaptarase a metodoloxía docente a un entorno online. Tamén se prevé a posibilidade de reducir a materia a os contidos mínimos establecidos para o módulo, en función da duración do confinamento e das circunstancias que o rodeen (sinaladamente, a facilidade de acceso do alumnado ós contidos virtuais e a dispoñibilidade de conexións axeitadas por parte do mesmo, así como a súa adaptación ó ensino online).