Catálogo de Especialidades Formativas

PROGRAMA FORMATIVO

GESTIÓN DE RELACIONES CON EL CLIENTE PARA EL SECTOR DE HOSTELERÍA

Versión 1

Agosto 2025

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL
SERVICIO PÚBLICO DE EMPLEO ESTATAL
SEPE

SISTEMA NACIONAL DE EMPLEO

IDENTIFICACIÓN DE LA ESPECIALIDAD Y PARÁMETROS DEL CONTEXTO FORMATIVO

Denominación de la especialidad:	GESTIÓN DE RELACIONES CON EL CLIENTE PARA EL SECTOR DE HOSTELERÍA
Familia Profesional:	HOSTELERÍA Y TURISMO
Área Profesional:	ALOJAMIENTO
Código:	HOTA0015
Nivel de cualificación profesional:	3

Objetivo general

Capacitar al alumnado para gestionar de manera efectiva las relaciones con los clientes en el sector de hostelería, optimizando la experiencia del cliente y fomentando la fidelización.

Relación de módulos de formación

Módulo 1	FUNDAMENTOS DE LA GESTIÓN DE RELACIONES CON EL CLIENTE EN HOSTELERÍA	20 horas
Módulo 2	IMPLEMENTACIÓN Y PERSONALIZACIÓN DE HERRAMIENTAS DE CRM	20 horas
Módulo 3	TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN EFECTIVA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE	20 horas
Módulo 4	ESTRATEGIAS PARA LA GESTIÓN DE QUEJAS Y SUGERENCIAS	20 horas
Módulo 5	PROGRAMAS DE FIDELIZACIÓN Y RETENCIÓN DE CLIENTES	20 horas

Modalidades de impartición

Teleformación

Duración de la formación

Duración total	100 horas
Teleformación	Duración total de las tutorías presenciales: 0 horas

Requisitos de acceso del alumnado

Acreditaciones / titulaciones	Cumplir como mínimo alguno de los siguientes requisitos: -Título de Bachiller o equivalente -Título de Técnico Superior (FP Grado superior) o equivalente -Haber superado la prueba de acceso a Ciclos Formativos de Grado Superior -Certificado de profesionalidad de nivel 3
Experiencia profesional	Un año de experiencia en el sector de hostelería o atención al cliente.
Modalidad de teleformación	Además de lo indicado anteriormente, los participantes han de tener las destrezas suficientes para ser usuarios de la plataforma

Modalidad de teleformación	virtual en la que se apoya la acción formativa.

Prescripciones de formadores y tutores

Acreditación requerida	Cumplir como mínimo alguno de los siguientes requisitos: • Licenciado, Ingeniero, Arquitecto o el Título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes preferiblemente en la rama de Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, marketing, comercio contabilidad y turismo. • Diplomado, Ingeniero Técnico, Arquitecto Técnico o el Título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes preferiblemente en la rama de Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, marketing, comercio contabilidad y turismo.
Experiencia profesional mínima requerida	Experiencia en el sector de hostelería o atención al cliente durante al menos 1 año.
Competencia docente	Como mínimo cumplir alguno de los siguientes requisitos: • Certificado de Profesionalidad de Docencia de la Formación Profesional para el Empleo o equivalente, o tener formación en metodología didáctica para alumnos (mínimo 300 horas). • Acreditar una experiencia docente de al menos 300 horas en modalidad presencial. • Titulaciones universitarias de psicología/Pedagogía o Psicopedagogía, Máster universitario de Formacion de Formadores oy otras acreditaciones oficiales equivalentes.
Modalidad de teleformación	Además de cumplir con las prescripciones establecidas anteriormente, los tutores-formadores deben acreditar una formación, de al menos 30 horas, o experiencia, de al menos 60 horas, en esta modalidad y en la utilización de las tecnologías de la información y comunicación.

Para impartir la formación en **modalidad de teleformación**, se ha de disponer del siguiente equipamiento.

Plataforma de teleformación

La plataforma de teleformación que se utilice para impartir acciones formativas deberá alojar el material virtual de aprendizaje correspondiente, poseer capacidad suficiente para desarrollar el proceso de aprendizaje y gestionar y garantizar la formación del alumnado, permitiendo la interactividad y el trabajo cooperativo, y reunir los siguientes requisitos técnicos de infraestructura, software y servicios:

- **Infraestructura:**

  Tener un rendimiento, entendido como número de alumnos que soporte la plataforma, velocidad de respuesta del servidor a los usuarios, y tiempo de carga de las páginas Web o de descarga de archivos, que permita:

a) Soportar un número de alumnos equivalente al número total de participantes en las acciones formativas de formación profesional para el empleo que esté impartiendo el centro o entidad de formación, garantizando un hospedaje mínimo igual al total del alumnado de dichas acciones, considerando que el número máximo de alumnos por tutor es de 80 y un número de usuarios concurrentes del 40% de ese alumnado.

b) Disponer de la capacidad de transferencia necesaria para que no se produzca efecto retardo en la comunicación audiovisual en tiempo real, debiendo tener el servidor en el que se aloja la plataforma un ancho de banda mínimo de 300 Mbs, suficiente en bajada y subida.

Estar en funcionamiento 24 horas al día, los 7 días de la semana.

- **Software:**

- Compatibilidad con el estándar SCORM y paquetes de contenidos IMS.
- Niveles de accesibilidad e interactividad de los contenidos disponibles mediante tecnologías web que como mínimo cumplan las prioridades 1 y 2 de la Norma UNE 139803:2012 o posteriores actualizaciones, según lo estipulado en el capítulo III del Real Decreto 1494/2007, de 12 de noviembre.
- El servidor de la plataforma de teleformación ha de cumplir con los requisitos establecidos en la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales, por lo que el responsable de dicha plataforma ha de identificar la localización física del servidor y el cumplimento de lo establecido sobre transferencias internacionales de datos en los artículos 40 a 43 de la citada Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, así como, en lo que resulte de aplicación, en el Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas respecto del tratamiento de datos personales y la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE.
- Compatibilidad tecnológica y posibilidades de integración con cualquier sistema operativo, base de datos, navegador de Internet de los más usuales o servidor web, debiendo ser posible utilizar las funciones de la plataforma con complementos (plug-in) y visualizadores compatibles. Si se requiriese la instalación adicional de algún soporte para funcionalidades avanzadas, la plataforma debe facilitar el acceso al mismo sin coste.
- Disponibilidad del servicio web de seguimiento (operativo y en funcionamiento) de las acciones formativas impartidas, conforme al modelo de datos y protocolo de transmisión establecidos en el anexo V de la Orden/TMS/369/2019, de 28 de marzo.

- **Servicios y soporte:**

- Sustentar el material virtual de aprendizaje de la especialidad formativa que a través de ella se imparta.
- Disponibilidad de un servicio de atención a usuarios que de soporte técnico y mantenga la infraestructura tecnológica y que, de forma estructurada y centralizada, atienda y resuelva las consultas e incidencias técnicas del alumnado. Las formas de establecer contacto con este servicio, que serán mediante teléfono y mensajería electrónica, tienen que estar disponibles para el alumnado desde el inicio hasta la finalización de la acción formativa, manteniendo un horario de funcionamiento de mañana y de tarde y un tiempo de demora en la respuesta no superior a 48 horas laborables.
- Personalización con la imagen institucional de la administración laboral correspondiente, con las pautas de imagen corporativa que se establezcan.

Con el objeto de gestionar, administrar, organizar, diseñar, impartir y evaluar acciones formativas a través de Internet, la plataforma de teleformación integrará las herramientas y recursos necesarios a tal fin, disponiendo, específicamente, de herramientas de:

- Comunicación, que permitan que cada alumno pueda interaccionar a través del navegador con el tutor-formador, el sistema y con los demás alumnos. Esta comunicación electrónica ha de llevarse a cabo mediante herramientas de comunicación síncronas (aula virtual, chat, pizarra electrónica) y asíncronas (correo electrónico, foro, calendario, tablón de anuncios, avisos). Será obligatorio que cada acción formativa en modalidad de teleformación disponga, como mínimo, de un servicio de mensajería, un foro y un chat.
- Colaboración, que permitan tanto el trabajo cooperativo entre los miembros de un grupo, como la gestión de grupos. Mediante tales herramientas ha de ser posible realizar operaciones de alta, modificación o borrado de grupos de alumnos, así como creación de «escenarios virtuales» para el trabajo cooperativo de los miembros de un grupo (directorios o «carpetas» para el intercambio de archivos, herramientas para la publicación de los contenidos, y foros o chats privados para los miembros de cada grupo).
- Administración, que permitan la gestión de usuarios (altas, modificaciones, borrado, gestión de la lista de clase, definición, asignación y gestión de permisos, perfiles y roles, autenticación y asignación de niveles de seguridad) y la gestión de acciones formativas.
- Gestión de contenidos, que posibiliten el almacenamiento y la gestión de archivos (visualizar archivos, organizarlos en carpetas –directorios- y subcarpetas, copiar, pegar, eliminar, comprimir, descargar o cargar archivos), la publicación organizada y selectiva de los contenidos de dichos archivos, y la creación de contenidos.
- Evaluación y control del progreso del alumnado, que permitan la creación, edición y realización de pruebas de evaluación y autoevaluación y de actividades y trabajos evaluables, su autocorrección o su corrección (con retroalimentación), su calificación, la asignación de puntuaciones y la ponderación de las mismas, el registro personalizado y la publicación de calificaciones, la visualización de información estadística sobre los resultados y el progreso de cada alumno y la obtención de informes de seguimiento.

Material virtual de aprendizaje:

El material virtual de aprendizaje para el alumnado mediante el que se imparta la formación se concretará en el curso completo en formato multimedia (que mantenga una estructura y funcionalidad homogénea), debiendo ajustarse a todos los elementos de la programación (objetivos y resultados de aprendizaje) de este programa formativo que figura en el Catálogo de Especialidades Formativas y cuyo contenido cumpla estos requisitos:

- Como mínimo, ser el establecido en el citado programa formativo del Catálogo de Especialidades Formativas.
- Estar referido tanto a los objetivos como a los conocimientos/ capacidades cognitivas y prácticas, y habilidades de gestión, personales y sociales, de manera que en su conjunto permitan conseguir los resultados de aprendizaje previstos.
- Organizarse a través de índices, mapas, tablas de contenido, esquemas, epígrafes o titulares de fácil discriminación y secuenciase pedagógicamente de tal manera que permiten su comprensión y retención.

- No ser meramente informativos, promoviendo su aplicación práctica a través de actividades de aprendizaje (autoevaluables o valoradas por el tutor-formador) relevantes para la adquisición de competencias, que sirvan para verificar el progreso del aprendizaje del alumnado, hacer un seguimiento de sus dificultades de aprendizaje y prestarle el apoyo adecuado.
- No ser exclusivamente textuales, incluyendo variados recursos (necesarios y relevantes), tanto estáticos como interactivos (imágenes, gráficos, audio, video, animaciones, enlaces, simulaciones, artículos, foro, chat, etc.). de forma periódica.
- Poder ser ampliados o complementados mediante diferentes recursos adicionales a los que el alumnado pueda acceder y consultar a voluntad.
- Dar lugar a resúmenes o síntesis y a glosarios que identifiquen y definan los términos o vocablos básicos, relevantes o claves para la comprensión de los aprendizajes.
- Evaluar su adquisición durante y a la finalización de la acción formativa a través de actividades de evaluación (ejercicios, preguntas, trabajos, problemas, casos, pruebas, etc.), que permitan medir el rendimiento o desempeño del alumnado.

Ocupaciones y puestos de trabajo relacionados

- 35321013 TÉCNICOS EN ORGANIZACIÓN DE FERIAS Y EVENTOS

- 44211071 TÉCNICOS DE VENTAS EN AGENCIAS DE VIAJES

- 44211080 TÉCNICOS EN AGENCIAS DE VIAJES

Requisitos oficiales de las entidades o centros de formación

Estar inscrito en el Registro de entidades de formación (Servicios Públicos de Empleo).

DESARROLLO MODULAR

MÓDULO DE FORMACIÓN 1:	FUNDAMENTOS DE LA GESTIÓN DE RELACIONES CON EL CLIENTE EN HOSTELERÍA

OBJETIVO

Conocer los fundamentos de la gestión de relaciones con el cliente y su importancia en el sector de hostelería.

DURACIÓN:

20 horas

Teleformación: Duración de las tutorías presenciales: 0 horas

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos / Capacidades cognitivas y prácticas

- Definición de la gestión de relaciones con el cliente.
    - La gestión de relaciones con el cliente (CRM)
    - Objetivos principales del CRM
- Explicación de la importancia de la fidelización en el sector hostelero.
- Análisis de los principios fundamentales de la atención al cliente.
    - Empatía, comunicación efectiva, resolución de problemas, personalización y consistencia.
- Identificación de los elementos clave en la satisfacción del cliente en hostelería.
    - Calidad del servicio.
    - Creación de un ambiente acogedor y agradable.
    - Personalización
    - Valor de servicio.
    - Interacción positiva
- Exposición de las tendencias actuales en la gestión de relaciones con los clientes.
- Evaluación de modelos de CRM aplicados a la hostelería.
    - Modelo operacional.
    - Modelo analítico.
    - Modelo colaborativo.
- Desarrollo de habilidades para establecer relaciones duraderas con los clientes.
    - Habilidades de comunicación.
    - Habilidades de resolución de conflictos.
    - Personalización
    - Consistencia en la calidad de servicio.
- Reflexión sobre la evolución del marketing de relaciones en el sector de la hostelería. Análisis caso Paradores de Turismo.

Habilidades de gestión, personales y sociales

- Sensibilización hacia la importancia de la satisfacción del cliente.
- Desarrollo de la empatía para entender mejor las necesidades y expectativas del cliente.
- Capacidad para trabajar en equipo y colaborar con otros departamentos para mejorar la experiencia del cliente.

MÓDULO DE FORMACIÓN 2: IMPLEMENTACIÓN Y PERSONALIZACIÓN DE HERRAMIENTAS DE CRM

OBJETIVO

Seleccionar e implementar herramientas de CRM, así como personalizarlas y medir su efectividad.

DURACIÓN:

20 horas

Teleformación: Duración de las tutorías presenciales: 0 horas

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos / Capacidades cognitivas y prácticas

- Introducción a las herramientas de CRM en la gestión de clientes.
    - Definición y propósito de un CMR
    - Historia y evolución de los sistemas de un CRM
    - Importancia del CRM en la gestión de relaciones con los clientes
- Exploración de las funcionalidades clave de los sistemas CRM.
    - Gestión de contactos y cuentas.
    - Automatización de ventas y marketing.
    - Servicio al cliente y soporte.
    - Análisis y reportes.
- Evaluación de los beneficios de personalizar un CRM según las necesidades del negocio.
    - Identificación de necesidades específicas del negocio.
    - Adaptación de funcionalidades del CRM.
    - Ejemplos de personalización efectiva.
- Capacitación en la integración de CRM con otras herramientas tecnológicas.
    - Integración con sistemas ERP.
    - Conexión con plataformas de marketing digital.
    - Sincronización con herramientas de comunicación y colaboración.
- Evaluación de modelos de CRM aplicados a la hostelería
    - Características específicas de la industria hostelera.
    - Modelos de CRM utilizados en restaurantes y hoteles.
    - Beneficios y desafíos de implementar CRM en la hostelería.
- Diseño de estrategias para implementar un sistema CRM en el entorno hostelero.
    - Análisis de necesidades y objetivos del negocio.
    - Selección de la herramienta CRM adecuada.
    - Planificación de la implementación.
- Análisis de casos prácticos sobre la personalización de CRM en restaurantes y hoteles.
    - Estudio de casos de éxito.
    - Lecciones aprendidas y mejores prácticas.
    - Aplicación de conocimientos a situaciones reales.
- Desarrollo de un plan de formación para el personal en el uso de herramientas CRM.
    - Identificación de necesidades de formación.
    - Diseño de programas de capacitación.
    - Evaluación de la efectividad de la formación
- Monitoreo y ajuste de la efectividad del CRM tras su implementación.
    - Métodos de monitoreo y evaluación.
    - Ajustes y mejoras continuas.
    - Indicadores clave de rendimiento (KPIs).

Habilidades de gestión, personales y sociales

- Habilidad para personalizar herramientas de CRM según las necesidades del cliente.
- Capacidad para gestionar y analizar datos de clientes para mejorar la toma de decisiones.
- Habilidad para formar y capacitar a otros empleados en el uso de herramientas de CRM.

MÓDULO DE FORMACIÓN 3: TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN EFECTIVA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE

OBJETIVO

Desarrollar técnicas de comunicación efectiva, tanto verbales como no verbales, y manejar situaciones complejas con los clientes.

DURACIÓN:

20 horas

Teleformación: Duración de las tutorías presenciales: 0 horas

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos / Capacidades cognitivas y prácticas

- Desarrollo de habilidades de escucha activa en la atención al cliente.
    - Concepto e importancia de la escucha activa.
    - Técnicas para mejorar la escucha activa.
- Aplicación de técnicas de comunicación verbal y no verbal
    - Diferencias entre comunicación verbal y no verbal.
    - Técnicas para mejorar la comunicación verbal.
    - Uso efectivo del lenguaje corporal y expresiones faciales.
- Fortalecimiento de la empatía para mejorar la interacción con los clientes.
    - Definición e importancia de la empatía en la atención al cliente.
    - Estrategias para desarrollar empatía.
    - Ejemplos prácticos de empatía en la atención al cliente.
- Práctica de la comunicación asertiva para resolver conflictos y malentendidos.
    - Concepto de comunicación asertiva.
    - Técnicas para ser asertivo sin ser agresivo.
    - Resolución de conflictos mediante la comunicación asertiva
- Optimización de la comunicación en situaciones de alta presión.
    - Identificación de situaciones de alta presión.
    - Técnicas para mantener la calma y comunicar efectivamente.
- Creación de un ambiente de confianza y cordialidad mediante la comunicación.
    - Importancia de la confianza y la cordialidad en la atención al cliente.
    - Estrategias para crear un ambiente positivo.
- Establecimiento de protocolos para la atención telefónica y digital de clientes.
    - Diferencias entre atención telefónica y digital.
    - Protocolos para una atención efectiva en ambos medios.
- Evaluación de la comunicación efectiva en escenarios prácticos de

hostelería.
    - Análisis de casos prácticos en la hostelería.
    - Evaluación de la efectividad de la comunicación en estos casos.

Habilidades de gestión, personales y sociales

- Habilidad para comunicarse de manera efectiva con los clientes.
- Capacidad para gestionar conflictos y resolver problemas de manera constructiva.
- Habilidad para adaptar el estilo de comunicación según el tipo de cliente y situación.

MÓDULO DE FORMACIÓN 4: ESTRATEGIAS PARA LA GESTIÓN DE QUEJAS Y SUGERENCIAS

OBJETIVO

Aprender estrategias para la resolución efectiva de quejas y sugerencias de los clientes.

DURACIÓN:

20 horas

Teleformación: Duración de las tutorías presenciales: 0 horas

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos / Capacidades cognitivas y prácticas

- Identificación de las causas comunes de quejas en el sector hostelero.
    - Análisis de las quejas más frecuentes en restaurantes y hoteles.
    - Factores que contribuyen a la insatisfacción del cliente.
    - Métodos para identificar y categorizar las quejas.
- Aplicación de técnicas para manejar quejas de manera eficaz y profesional.
    - Estrategias para escuchar y entender las quejas de los clientes.
    - Técnicas de comunicación para abordar quejas de manera profesional.
- Desarrollo de protocolos para recibir, analizar y resolver quejas de clientes.
    - Creación de un sistema estructurado para la gestión de quejas.
    - Procedimientos para la recepción y análisis de quejas.
    - Estrategias para la resolución rápida y efectiva de problemas.
- Fomento de una actitud proactiva en la resolución de conflictos
    - Importancia de la proactividad en la gestión de quejas.
    - Técnicas para anticipar y prevenir conflictos.
- Mejoramiento de la retroalimentación con los clientes a través de sugerencias constructivas.
    - Métodos para obtener sugerencias útiles de los clientes.
    - Técnicas para convertir sugerencias en mejoras prácticas.
- Creación de sistemas para recopilar y gestionar sugerencias de los clientes.
    - Diseño de herramientas para la recopilación de sugerencias.
    - Procedimientos para la gestión y análisis de sugerencias.
- Establecimiento de un enfoque de mejora continua mediante la gestión de quejas.
    - Principios de la mejora continua en la atención al cliente.

- Estrategias para integrar la gestión de quejas en el proceso de mejora continua.
- Evaluación del impacto de una gestión adecuada de quejas en la fidelización de clientes.
    - Análisis de la relación entre la gestión de quejas y la fidelización de clientes.
    - Métodos para medir el impacto de la gestión de quejas.

Habilidades de gestión, personales y sociales

- Habilidad para manejar quejas y sugerencias de los clientes.
- Capacidad para mantener la calma y profesionalidad en situaciones de alta presión.
- Habilidad para documentar y analizar quejas para identificar áreas de mejora.

MÓDULO DE FORMACIÓN 5: PROGRAMAS DE FIDELIZACIÓN Y RETENCIÓN DE CLIENTES

OBJETIVO

Desarrollar programas de lealtad y construir relaciones a largo plazo con los clientes.

DURACIÓN:

20 horas

Teleformación: Duración de las tutorías presenciales: 0 horas

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos / Capacidades cognitivas y prácticas

- Diseño de programas de fidelización adaptados al sector de la hostelería.
    - Identificación de las necesidades y expectativas de los clientes en la hostelería.
    - Tipos de programas de fidelización (puntos, descuentos, membresías).
    - Ejemplos de programas exitosos en el sector. Grupo VIPs, Paradores de Turismo o NH Rewards
- Implementación de estrategias de retención de clientes mediante incentivos y recompensas.
    - Estrategias para incentivar la repetición de compra.
    - Diseño de recompensas atractivas y relevantes.
    - Casos prácticos de implementación de incentivos.
- Desarrollo de campañas personalizadas para promover la lealtad del cliente.
    - Segmentación de clientes y personalización de campañas.
    - Herramientas y técnicas para la personalización.
    - Ejemplos de campañas exitosas.
- Análisis de la efectividad de los programas de fidelización a través de métricas y KPIs.
    - Identificación de métricas clave (tasa de retención, valor de vida del cliente, etc.).
    - Métodos para medir y analizar la efectividad.

        - Herramientas para el seguimiento de KPIs.
    - Fomento de la relación a largo plazo con los clientes a través de servicios exclusivos.
        - Diseño de servicios exclusivos para clientes leales.
        - Estrategias para mantener el interés y la satisfacción del cliente.
        - Ejemplos de servicios exclusivos en la hostelería.
    - Evaluación de herramientas tecnológicas para gestionar programas de fidelización.
        - Revisión de software y plataformas de gestión de fidelización.
        - Integración de herramientas tecnológicas con sistemas existentes.
        - Casos de éxito en la implementación de tecnología.
    - Creación de sistemas de comunicación directa con clientes leales para mantener su interés.
        - Canales de comunicación efectivos (email, apps, redes sociales).
        - Estrategias para mantener una comunicación constante y relevante.
    - Monitoreo y ajuste de programas de fidelización para mejorar la retención.
        - Métodos para el monitoreo continuo de programas.
        - Estrategias para ajustar y mejorar los programas basados en feedback.

Habilidades de gestión, personales y sociales

- Habilidad para diseñar y gestionar programas de lealtad.
- Capacidad para identificar y segmentar clientes clave para programas de fidelización.
- Habilidad para medir y analizar el impacto de los programas de lealtad en la retención de clientes.

EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE EN LA ACCIÓN FORMATIVA

- La evaluación tendrá un carácter teórico-práctico y se realizará de forma sistemática y continua, durante el desarrollo de cada módulo y al final del curso.
- Puede incluir una evaluación inicial de carácter diagnóstico para detectar el nivel de partida del alumnado.
- La evaluación se llevará a cabo mediante los métodos e instrumentos más adecuados para comprobar los distintos resultados de aprendizaje, y que garanticen la fiabilidad y validez de la misma.
- Cada instrumento de evaluación se acompañará de su correspondiente sistema de corrección y puntuación en el que se explicite, de forma clara e inequívoca, los criterios de medida para evaluar los resultados alcanzados por los participantes.
- La puntuación final alcanzada se expresará en términos de Apto/ No Apto.