

PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA

**MÓDULO PROFESIONAL: 0437. COMUNICACIÓN
EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE**

CURSO: 1º GESTIÓN ADMINISTRATIVA

NIVEL: C.F.G.M.

**CURSO ACADÉMICO: 2021 / 2022
NURIA TAPIA MOLINA**

INDICE

1. INTRODUCCIÓN	3
1.1. Contexto Legal.....	3
1.2. Contexto Socioeconómico.....	5
1.3. Contexto de Centro.....	6
1.4. Contexto de aula	7
2. OBJETIVOS	7
2.1. Objetivos Generales del Ciclo	7
2.2. Objetivos del Módulo o resultados de aprendizaje.....	9
2.3. Perfil Profesional	10
2.4. Competencia General	10
2.5. Competencias profesionales, personales y sociales.....	10
3. ORGANIZACIÓN Y SECUENCIACIÓN DE CONTENIDOS	10
3.1. Contenidos básicos	11
3.2. Temporalización.	14
3.3. Interdisciplinariedad.....	14
4. METODOLOGÍA	15
4.1. Actividades.....	17
4.2. Materiales	18
4.3. Recursos didácticos.....	18
4.4. Organización del espacio, recursos y tiempos	19
4.5. Actividades complementarias	19
4.6. Atención a la diversidad.....	20
4.7. Uso de las TIC	21
5. CRITERIOS Y ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN.	23
5.1 Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación del módulo	23
5.2 Estrategias de evaluación.....	27
5.3. Actividades de recuperación	32
5.4 Evaluación del proceso de enseñanza y del proceso de aprendizaje.....	34
6. TEMAS TRANSVERSALES.	34
7. ELEMENTOS CURRICULARES DE CADA UNIDAD DIDACTICA	36

1. INTRODUCCIÓN

Esta programación está destinada al segundo curso del Ciclo de Grado Medio de Gestión Administrativa, perteneciente a la familia de “Administración y Gestión” dentro del Sistema Educativo de la Formación Profesional

En concreto, la programación trata sobre el Módulo Profesional **0437 Comunicación empresarial y atención al cliente**, con una duración de 160 horas, a lo largo del curso académico, a razón de 5 horas lectivas semanales

Debemos entender la programación como un documento dinámico, puesto que regula un proceso en construcción y, por tanto, abierta, ya que nos debe permitir intercalar los ajustes necesarios a cada contexto posible. Podemos encontrarnos con demandas sociales de varios tipos: de competencias profesionales o educativas en general.

La ley (RD 1631/09), en su artículo 4, refleja que la **Competencia general** consiste en realizar actividades de apoyo administrativo en el ámbito laboral, contable, comercial, financiero y fiscal, así como de atención al cliente/usuario, tanto en empresas públicas como privadas, aplicando la normativa vigente y protocolos de calidad, asegurando la satisfacción del cliente y actuando según normas de prevención de riesgos laborales y protección medioambiental.

1.1. CONTEXTO LEGAL

Leyes de Educación

- ▶ En primer lugar debemos tener en cuenta la Ley Orgánica para la Mejora de la Calidad Educativa 8/2013, de 9 de diciembre, (a partir de ahora LOMCE) y la LOE (Ley Orgánica de Educación), 2/2006 del 3 de Mayo, de aplicación estatal.
- ▶ En segundo lugar, y como establece el artículo 52.2 del Estatuto de Autonomía de Andalucía, esta comunidad tiene la competencia compartida con el Estado en materia de Educación en el establecimiento de planes de estudio y en la organización curricular de las enseñanzas que conforman el sistema educativo. Por tanto, debemos tener en cuenta la LEA (Ley de Educación de Andalucía), 17/2007 de 10 de diciembre, que establece en su capítulo V “Formación Profesional”, título II “Las enseñanzas”, los aspectos propios de Andalucía relativos a la ordenación de las enseñanzas de formación profesional en el sistema educativo.

Leyes de ordenación de la Formación Profesional

- ▶ Por otra parte, el RD 1147/2011 de 29 de julio, por el cual se establece la ordenación general de la formación profesional en el sistema educativo, fija la estructura de los nuevos títulos de formación profesional, que tendrán como base el Catálogo Nacional de las Cualificaciones Profesionales, las directrices fijadas por la Unión Europea y otros aspectos de interés social.
- ▶ Como consecuencia de ello, el Decreto 436/2008, de 2 de septiembre, por el que se establece la ordenación y las enseñanzas de la Formación Profesional Inicial que forma parte del sistema educativo, regula los aspectos generales de estas enseñanzas. Este decreto establece el currículo de los módulos profesionales compuesto por los resultados de aprendizaje, los criterios de evaluación, los contenidos y duración de los mismos, así como las orientaciones pedagógicas. En la determinación del currículo establecido en esta Orden se ha tenido en cuenta la realidad socioeconómica de Andalucía, así como las necesidades de desarrollo económico y social de su estructura productiva.

De las enseñanzas

- ▶ **El Real Decreto 1631/2009**, de 30 de octubre, por el que se establece el título de Técnico en Gestión Administrativa y se fijan unas enseñanzas mínimas. También se contempla otros aspectos como una duración de 2.000 horas, los objetivos generales y los módulos profesionales del Ciclo formativo.
- ▶ La **Orden de 21 de febrero de 2011** por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico en Gestión Administrativa, que determina el horario lectivo semanal de cada módulo profesional y la organización de éstos en los dos cursos escolares necesarios para contemplar el Ciclo Formativo.

De Centro:

- ▶ El Decreto 327/2010 de 13 de julio, por el que se aprueba el Reglamento Orgánico de los Institutos de Educación Secundaria (en el Plan de Centro del IES quedará recogido el Proyecto Educativo, el Reglamento de Organización y Funcionamiento y por último el Plan de gestión)
- ▶ ORDEN de 20 de agosto de 2010, por la que se regula la organización y el funcionamiento de los institutos de educación secundaria, así como el horario de los centros, del alumnado y del profesorado. (BOJA 30-08-2010)

De la evaluación

- Orden de 29 de septiembre de 2010 por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial en Andalucía

1.2. CONTEXTO SOCIOECONÓMICO

Albox es un municipio español perteneciente a la provincia de Almería, en la comunidad autónoma de Andalucía. Está situado en la parte nororiental del Valle del Almanzora y a 120 km de la capital provincia, Almería. En el año 2018 contaba con 11.696 habitantes.

El municipio alboxense está formado por los núcleos de Albox, El Llano de las Ánimas, Llano del Espino, Llano de Los Olleres, La Molata y Las Pocicas. Otros núcleos diseminados son Fuente del Marqués y San Roque.

El suelo de Albox es muy fértil. Las huertas, cultivadas, contrastan con el árido paisaje circundante.

Su riqueza más importante es su gran capital humano, que ha sabido ir adaptándose a los nuevos tiempos.

Una economía basada en los servicios, destacando el transporte y el comercio textil y de alimentación. La puesta en marcha del Polígono industrial, la Ciudad del Transporte y la creación de modernos centros comerciales benefician un Albox mucho más próspero.



El contexto socioeconómico del centro, se enmarca dentro de las actividades del sector terciario o servicios, destacando las actividades relacionadas con el comercio, turismo, la construcción y la actividad inmobiliaria en un marco de empresas de pequeña y mediana dimensión (pymes). Por tanto, puesto que el módulo se encuadra dentro de una unidad de competencia muy específica y definida, la adaptación del diseño a la realidad socioeconómica de la comarca se centrará en hacer especial hincapié en las empresas comerciales y de servicios por la inexistencia prácticamente de tejido industrial en la zona.

1.3. CONTEXTO DE CENTRO

Nuestro Instituto es un Centro Público, dependiente de la Consejería de Educación de la Junta de Andalucía. Un Centro que entiende que su MISIÓN es la de formar a personas en el ámbito humanístico, científico y técnico para que sean capaces de acceder a la Universidad, al mundo laboral o crear su propia empresa manteniendo comportamientos éticos, espíritu crítico y respeto por el entorno.

Queremos ofrecer a todos los alumnos interesados, sin ninguna condición, un servicio educativo de calidad, moderno, abierto a los nuevos requerimientos tecnológicos que demanda nuestra sociedad; y a dar, de esta forma, satisfacción, por un lado, al usuario, que demanda una formación acorde con el tiempo en el que vive, una formación que le faculte para ser competente tanto en el ámbito laboral elegido como en la realización de estudios posteriores; y por otro, a nuestro más cercano entorno socio-económico, que demanda individuos lo suficientemente preparados como para hacer competitiva las empresas en las que se integran.

El Instituto de Educación Secundaria **Martín García Ramos**, es uno de los dos centros de educación secundaria que podemos encontrar en la localidad de Albox.

Su oferta educativa cuenta con líneas bilingües y no bilingües. A parte de tener varios grupos en toda la Enseñanza Obligatoria Secundaria, oferta los bachilleratos de Ciencias y Tecnología y Humanidades y Ciencias Sociales.

También oferta los Ciclos formativos de Grado Medio de Gestión Administrativa y Carrocería, y el Ciclo de Grado Superior de Administración y Finanzas.

En horario de tarde, se ofrece una educación para adultos, teniendo tanto cursos de la E.S.A como bachilleratos en la modalidad semipresencial, así como la Formación Básica de Ayudante de Mecánica.

1.4. CONTEXTO DE AULA

Los alumnos/as matriculados en el Módulo 0440 Tratamiento Informático de la Información, actualmente, son 10 y proceden de Albox principalmente. De ellos 6 son chicas y 4 chicos.

La mayoría han accedido al ciclo después de cursar 4º ESO, en los centros IES Martín García Ramos y el IES Cardenal Cisneros (Albox), una de las alumnas procede del IES Aljada (Puente Tocinos, Murcia), y dos alumnas han vuelto a retomar su formación académica cursando este ciclo de formación profesional, en el que ya estuvieron matriculadas hace 4 años. Sus edades varían desde los 17 a los 30 años.

No hay repetidores del módulo del curso pasado.

Por lo general se observa una buena cohesión de grupo con buena predisposición a trabajar.

2. OBJETIVOS

2.1. OBJETIVOS GENERALES DEL CICLO

De conformidad con lo establecido en el artículo 9 del Real Decreto 1631/2009, de 30 de octubre, por el que se establece el título de Técnico en Gestión Administrativa y se fijan sus enseñanzas mínimas, los objetivos generales de las enseñanzas correspondientes al mismo son:

- a) Analizar el flujo de información y la tipología y finalidad de los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa, para tramitarlos.
- b) Analizar los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa, reconociendo su estructura, elementos y características para elaborarlos.
- c) Identificar y seleccionar las expresiones en lengua inglesa, propias de la empresa, para elaborar documentos y comunicaciones.
- d) Analizar las posibilidades de las aplicaciones y equipos informáticos, relacionándolas con su empleo más eficaz en el tratamiento de la información para elaborar documentos y comunicaciones.
- e) Realizar documentos y comunicaciones en el formato característico y con las condiciones de calidad correspondiente, aplicando las técnicas de tratamiento de la información en su elaboración.
- f) Analizar y elegir los sistemas y técnicas de preservación de comunicaciones y documentos adecuados a cada caso, aplicándolas de forma manual e informática para clasificarlos, registrarlos y archivarlos.

- g) Interpretar la normativa y metodología contable, analizando la problemática contable que puede darse en una empresa, así como la documentación asociada para su registro.
- h) Introducir asientos contables manualmente y en aplicaciones informáticas específicas, siguiendo la normativa en vigor para registrar contablemente la documentación.
- i) Comparar y evaluar los elementos que intervienen en la gestión de la tesorería, los productos y servicios financieros básicos y los documentos relacionados con los mismos, comprobando las necesidades de liquidez y financiación de la empresa para realizar las gestiones administrativas relacionadas.
- j) Efectuar cálculos básicos de productos y servicios financieros, empleando principios de matemática financiera elemental para realizar las gestiones administrativas de tesorería.
- k) Reconocer la normativa legal aplicable, las técnicas de gestión asociadas y las funciones del departamento de recursos humanos, analizando la problemática laboral que puede darse en una empresa y la documentación relacionada para realizar la gestión administrativa de los recursos humanos.
- l) Identificar y preparar la documentación relevante así como las actuaciones que se deben desarrollar, interpretando la política de la empresa para efectuar las gestiones administrativas de las áreas de selección y formación de los recursos humanos.
- m) Cumplimentar documentación y preparar informes consultando la normativa en vigor y las vías de acceso (Internet, oficinas de atención al público) a la Administración Pública y empleando, en su caso, aplicaciones informáticas ad hoc para prestar apoyo administrativo en el área de gestión laboral de la empresa.
- n) Seleccionar datos y cumplimentar documentos derivados del área comercial, interpretando normas mercantiles y fiscales para realizar las gestiones administrativa correspondientes.
- ñ) Transmitir comunicaciones de forma oral, telemática o escrita, adecuándolas a cada caso y analizando los protocolos de calidad e imagen empresarial o institucional para desempeñar las actividades de atención al cliente/usuario.
- o) Identificar las normas de calidad y seguridad y de prevención de riesgos laborales y ambientales, reconociendo los factores de riesgo y parámetros de calidad para aplicar los protocolos correspondientes en el desarrollo del trabajo.

- p) Reconocer las principales aplicaciones informáticas de gestión para su uso asiduo en el desempeño de la actividad administrativa.
- q) Valorar las actividades de trabajo en un proceso productivo, identificando su aportación al proceso global para conseguir los objetivos de la producción.
- r) Valorar la diversidad de opiniones como fuente de enriquecimiento, reconociendo otras prácticas, ideas o creencias, para resolver problemas y tomar decisiones.
- s) Reconocer e identificar posibilidades de mejora profesional, recabando información y adquiriendo conocimientos para la innovación y actualización en el ámbito de su trabajo.
- t) Reconocer sus derechos y deberes como agente activo en la sociedad, analizando el marco legal que regula las condiciones sociales y laborales para participar como ciudadano democrático.
- u) Reconocer e identificar las posibilidades de negocio, analizando el mercado y estudiando la viabilidad empresarial para la generación de su propio empleo.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales a), b), d), e) f) y ñ)

2.2. OBJETIVOS DEL MÓDULO O RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Los objetivos que tendrán que alcanzar los alumnos **al finalizar el módulo de Comunicación empresarial y atención al cliente** vienen expresados en Resultados de Aprendizaje (RA), estableciéndose los siguientes:

RA1 .Selecciona técnicas de comunicación, relacionándolas con la estructura e imagen de la empresa y los flujos de información existentes en ella.

RA2. Transmite información de forma oral, vinculándola a los usos y costumbres socioprofesionales habituales en la empresa.

RA3. Transmite información escrita, aplicando las técnicas de estilo a diferentes tipos de documentos propios de la empresa y de la Administración Pública.

RA4. Archiva información en soporte papel e informático, reconociendo los criterios de eficiencia y ahorro en los trámites administrativos.

RA5. Reconoce necesidades de posibles clientes aplicando técnicas de comunicación.

RA6. Atiende consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes aplicando la normativa vigente en materia de consumo.

RA7. Potencia la imagen de empresa reconociendo y aplicando los elementos y herramientas del marketing.

RA8. Aplica procedimientos de calidad en la atención al cliente identificando los estándares establecidos.

2.3. PERFIL PROFESIONAL

El perfil profesional del título de técnico en gestión administrativa queda determinado por su competencia general, sus competencias profesionales, personales y sociales, y por la relación de cualificaciones y, en su caso, unidades de competencia del catálogo nacional de cualificaciones profesionales incluidas en el título.

2.4. COMPETENCIA GENERAL

La competencia general de este título consiste en realizar actividades de apoyo administrativo en el ámbito laboral, contable, comercial, financiero y fiscal, así como de atención al cliente/usuario, tanto en empresas públicas como privadas, aplicando la normativa vigente y protocolos de calidad, asegurando la satisfacción del cliente y actuando según normas de prevención de riesgos laborales y protección ambiental.

2.5. COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES

La formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias:

- a) Tramitar documentos o comunicaciones internas o externas en los circuitos de información de la empresa.
- b) Elaborar documentos y comunicaciones a partir de órdenes recibidas o información obtenida.
- c) Clasificar, registrar y archivar comunicaciones y documentos según las técnicas apropiadas y los parámetros establecidos en la empresa.
- i) Desempeñar las actividades de atención al cliente/usuario en el ámbito administrativo y comercial asegurando los niveles de calidad establecidos y relacionados con la imagen de la empresa /institución
- m) Mantener el espíritu de innovación, de mejora de los procesos de producción y de actualización de conocimientos en el ámbito de su trabajo.
- p) Participar en las actividades de la empresa con respeto y actitudes de tolerancia.
- q) Adaptarse a diferentes puestos de trabajo y nuevas situaciones laborales, originados por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos.
- r) Participar en el trabajo en equipo respetando la jerarquía definida en la organización.

3. ORGANIZACIÓN Y SECUENCIACIÓN DE CONTENIDOS

La Orden de 21 de febrero de 2011, recoge los contenidos básicos del módulo profesional de Comunicación empresarial y atención al cliente. Dichos contenidos quedan recogidos a continuación:

3.1. CONTENIDOS BÁSICOS

Selección de técnicas de comunicación empresarial

- Comunicación e información y comportamiento. Finalidad de la comunicación.
- Elementos y barreras de la comunicación.
- Criterios de empatía y principios básicos de la asertividad.
- Las relaciones humanas y laborales en la empresa.
- La organización empresarial. Organigramas. Concepto y clases de organigramas según su forma gráfica.
- Principios de organización empresarial.
- Principios de organización vertical y horizontal.
- Principios de equilibrio de la organización.
- Tipos de organización empresarial.
- Organización jerárquica, organización funcional, entre otros.
- Departamentos y áreas funcionales tipo.
- Departamentalización por funciones, por clientes, geográfica, entre otros.
- Áreas funcionales básicas.
- Funciones del personal en la organización.
- Descripción de los flujos de comunicación.
- Comunicación ascendente, descendente y lateral.
- La comunicación interna en la empresa, comunicación formal e informal.
- La comunicación externa en la empresa. La publicidad y las relaciones públicas.

Transmisión de comunicación oral en la empresa:

- Principios básicos en las comunicaciones orales.
- Normas de información y atención oral, internas y externas.
- Técnicas de comunicación oral, habilidades sociales y protocolo.
- Clases de comunicación oral.
- La comunicación no verbal. Elementos.
- La comunicación verbal dentro del ámbito de la empresa.
- La comunicación telefónica. Barreras y dificultades en la transmisión de la información.
- El teléfono y su uso. La centralita. Uso del listín telefónico. Normas para hablar correctamente por teléfono. Uso del teléfono en la comunicación empresarial.
- La informática en las comunicaciones verbales.
- Comunicaciones en la recepción de visitas: acogida, identificación, gestión, despedida.

Transmisión de comunicación escrita en la empresa:

- La comunicación escrita en la empresa.
- Normas de comunicación y expresión escrita.
- Normas ortográficas, sintácticas y de léxico en la correspondencia comercial.
- Características principales de la correspondencia comercial.
- La carta comercial. Estructura.
- Estilos de la carta comercial.
- Clases de cartas comerciales.
- Formatos tipo de documentos de uso en la empresa y en las Administraciones Públicas.
- Medios y equipos ofimáticos y telemáticos.

- El correo electrónico. Estructura y redacción. La recepción de la correspondencia.
- Servicios de correos, circulación interna de correspondencia y paquetería.
- Envío de correspondencia.
- Procedimientos de registro de entrada y salida de correspondencia y paquetería.
- Aplicación de procedimientos de seguridad y confidencialidad de la información.
- Aplicación de las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).

Archivo de la información en soporte papel e informático:

- Archivo de la información en soporte papel.
- Clasificación y ordenación de documentos. Clasificación de la información. Criterios de clasificación. Sistemas de clasificación.
- Normas de clasificación. Ventajas e inconvenientes.
- Técnicas de archivo. Naturaleza. Finalidad del archivo.
- Archivo de documentos. Captación, elaboración de datos y su custodia. Normas para el archivo.
- El libro de registro
- Sistemas de archivo. Convencionales. Por microfilme. Informáticos.
- Centralización o descentralización del archivo.
- El proceso de archivo.
- Confección y presentación de informes procedentes del archivo.
- La purga o destrucción de la documentación.
- Confidencialidad de la información y documentación.
- Archivo de la información en soporte informático:
- Las bases de datos para el tratamiento de la información.
- Estructura y funciones de una base de datos.
- Procedimientos de protección de datos.
- Archivos y carpetas. Identificación y organización.
- Organización en carpetas del correo electrónico y otros sistemas de comunicación telemática

Reconocimiento de necesidades de clientes:

- Concepto e identificación del cliente, el cliente interno, el cliente externo.
- El conocimiento del cliente y sus motivaciones.
- Teorías de la motivación.
- El comportamiento del consumidor.
- Modelos que explican el comportamiento del consumidor.
- Factores que determinan el comportamiento del consumidor.
- El proceso de decisión de compras.
- Elementos de la atención al cliente, entorno, organización y empleados.
- Fases de la atención al cliente, la acogida, el seguimiento, la gestión y la despedida.
- La percepción del cliente respecto a la atención recibida.
- La satisfacción del cliente. Factores de los que depende.
- Los procesos en contacto con el cliente externo.

Atención de consultas, quejas y reclamaciones:

- El departamento de atención al cliente. Funciones.
- Valoración del cliente de la atención recibida, reclamación, queja, sugerencias, felicitación.

- Elementos de una queja o reclamación.
- Las fases de la resolución de quejas/reclamaciones.
- Gestión reactiva de las reclamaciones
- Circuito de las reclamaciones.
- Organización del departamento.
- Gestión reactiva de las reclamaciones
- La anticipación a los errores.
- El seguimiento de los clientes perdidos.
- El consumidor.
- Derechos básicos.
- Derechos específicos.
- Instituciones de consumo.
- Instituciones públicas.
- Organismos privados.
- Arbitraje.
- Normativa en materia de consumo
- Procedimiento de recogida de las reclamaciones y denuncias.
- Recepción, registro y acuse de recibo.
- Tramitación y gestión.
- Tipos de demandas
- La hoja de reclamaciones.

Potenciación de la imagen de la empresa:

- Naturaleza y alcance del marketing.
- La imagen corporativa.
- Concepto de marketing. El departamento de marketing. Funciones.
- Los elementos del marketing. Producto, precio, distribución, promoción, logística, relación con los clientes, entre otros.
- El marketing en la actividad económica, su influencia en la imagen de la empresa.
- Políticas de comunicación.
- La publicidad. Concepto, principios y objetivos. Tipos de publicidad. Publicidad ilícita. Medios, soportes y formas publicitarias.
- Las relaciones públicas. Concepto. Actividades que desarrolla.
- La Responsabilidad Social Corporativa. Concepto. Elementos. Ventajas. Valores agregados.

Aplicación de procedimientos de calidad en la atención al cliente:

- La calidad de servicio como elemento de la competitividad de la empresa.
- Concepto, factores que influyen.
- Actuación eficaz en el trato con el cliente.
- Servicio postventa.
- Tratamiento de anomalías producidas en la prestación del servicio.
- Procedimientos de control del servicio.
- La calidad del servicio.
- Los estándares de calidad del servicio.
- La anticipación a los problemas.
- Evaluación y control del servicio.

- Control del servicio postventa.
- Procedimientos.
- Análisis de la información.
- La gestión de las relaciones con los clientes (CRM).
- La fidelización del cliente. El plan de marketing relacional.

3.2. TEMPORALIZACIÓN.

El módulo de Comunicación empresarial y atención al cliente cuenta con una duración de 160 horas, a razón de 5 horas semanales. Sin embargo, excepcionalmente, debido a la distribución de las clases en el horario semanal y al calendario escolar establecido para el presente curso 2021-2022, se dedicarán 155 horas. En la siguiente tabla se detalla la distribución temporal del plan de trabajo, en la que puede observarse como se secuenciarán todas las unidades didácticas.

	Nombre de las unidades didácticas	Horas
1º TRIMESTRE (64 HORAS)	Unidad 1: Empresa y comunicación	24 H
	Unidad 2: La comunicación presencial	20 H
	Unidad 3: Comunicación telefónica	20 H
2º TRIMESTRE (63 HORAS)	Unidad 4: Comunicaciones escritas	28 H
	Unidad 5: El tratamiento de la correspondencia y la paquetería	12 H
	Unidad 6: Archivo y clasificación de documentos	11 H
	Unidad 7: Detección de las necesidades del cliente y de su satisfacción	12 H
3º TRIMESTRE (28 HORAS)	Unidad 8: Atención de quejas y reclamaciones	14 H
	Unidad 9: Potenciación de la imagen personal	14 H
TOTAL DE HORAS DEL MÓDULO		155 H

Esta distribución temporal es susceptible de sufrir modificaciones por estar realizada desde el punto de vista de lo que el/la profesor/a estima como tiempo requerido para cada unidad. Es posible que haya que detenerse en algunos puntos de la programación hasta que los alumnos dominen y tengan la suficiente destreza con el fin de alcanzar los objetivos del módulo.

3.3. INTERDISCIPLINARIEDAD

Se hace referencia a la interdisciplinariedad como la relación que tiene el módulo objeto de esta programación con otros módulos del ciclo.

La consideración de la interdisciplinariedad resulta crucial por la importancia que debe asignarse a que el alumno perciba su formación como un proceso de conocimientos integrados y no aislados. El alumno debe ser capaz de identificar las relaciones que existen entre el módulo de “Comunicación empresarial y atención al cliente” y el resto de módulos del ciclo, además de ofrecer la posibilidad a los alumnos de enlazar sus aprendizajes y profundizar y avanzar en ellos.

Por otro lado, será necesario tener en cuenta la interdisciplinariedad para coordinarnos con los profesores que imparten los otros módulos, de forma que los contenidos se complementen y conecten, sin que resulten ser repetitivos.

4. METODOLOGÍA.

Puesto que una de las metas de la formación profesional es favorecer en el alumno la capacidad de aprender por sí mismo, la metodología didáctica será activa, es decir que el alumno/a será protagonista de su propio aprendizaje.

Los contenidos son funcionales, pues tendrán que utilizarlos en circunstancias reales de la vida cotidiana.

Se ha optado por una metodología activa y participativa, combinando estrategias de exposición, interacción y de indagación o descubrimiento, dependiendo del tipo de contenido y de la fase del proceso de enseñanza-aprendizaje que se esté llevando a cabo. El aprendizaje de los contenidos, se realizará estableciendo relaciones con la vida real, fomentando el aprendizaje significativo, relacionando lo que el alumno sabe con los nuevos contenidos, favoreciendo la capacidad de aprender a aprender, potenciando la memoria comprensiva y creando un clima de aceptación y cooperación que fomente el trabajo en grupo.

La secuenciación de los contenidos, bajo el principio de globalización, procederá de lo más general y simple a lo más particular y complejo, avanzando cada vez hacia contenidos más rigurosos y diversificados. Asimismo, los contenidos se trabajarán gradualmente, en distintos momentos y con diferente profundidad, de forma que se lleve a cabo un proceso de aprendizaje progresivo.

Se promoverá el aprendizaje reflexivo y no memorístico, que incluya la autoevaluación del alumno, que contextualice la enseñanza con respecto al entorno de trabajo real y que permita atender a la variedad de intereses y niveles de partida de los alumnos/as.

Por ello, tendremos en cuenta lo siguiente:

- a. El alumno es el actor principal y constructor de sus propios aprendizajes, siendo el papel del profesor el de un mediador que ajusta su ayuda pedagógica a las características del alumno.
- b. El punto de partida para construir nuevos aprendizajes es el nivel de desarrollo del alumno y de sus conocimientos previos.
- c. Se debe estimular la autonomía y la participación activa del alumno, para lo cual es imprescindible motivarle.

De lo expuesto anteriormente se deduce que se fomentará la resolución de preguntas cortas y supuestos reales donde el alumno/a sea capaz de justificar sus respuestas con razonamientos y argumentos coherentes y lógicos, y deje patente su espíritu crítico.

Al inicio de cada unidad, se hará una introducción a la misma en la que se recapitularán los conocimientos y aptitudes previos del alumno/a a fin de detectar ideas preconcebidas y de despertar un interés hacia el tema. Seguidamente se explicará cada uno de los nuevos conceptos, desarrollará ejemplos y realizará actividades asociadas a cada uno de los epígrafes. Una vez desarrollados todos los conceptos de la unidad, guiará al alumno para que este realice un test de repaso y resuelva las actividades del final de la unidad, donde comprobará los resultados del aprendizaje. Se harán actividades de apoyo y recapitulación.

Tal y como está regulado el módulo profesional, la asignatura se impartirá a razón de 5 horas semanales lo que permitirá cierta continuidad en el trabajo, imprescindible desde un punto de vista metodológico.

Se sugieren las siguientes formas metodológicas para la impartición de las unidades:

- Explicaciones breves y esquemáticas de los contenidos.
- Ejemplificación de casos prácticos.
- Resolución de actividades.
- Utilización de equipos y aplicaciones informáticas.

Las aplicaciones informáticas, de gran importancia en la preparación del alumnado de cara a su proyección e inserción laboral, no deben considerarse como contenidos del currículo ya que constituyen una herramienta de trabajo y, por tanto, han de contemplarse como un aspecto metodológico.

4.1. ACTIVIDADES

Las actividades diseñadas para este módulo, persiguen favorecer la iniciativa del alumno y su autoaprendizaje, además del desarrollo de capacidades de comprensión y análisis, de búsqueda y manejo de la información, intentando, además, conectar el aula con el mundo real, las empresas, profesionales y los distintos agentes que componen el entorno profesional y laboral hacia el que se dirige a los alumnos. Estas actividades se complementarán con exposiciones orales, explicaciones del profesor y debates de los alumnos, de forma que se trabaje la competencia lingüística y el desarrollo de habilidades personales y sociales.

Los diferentes tipos de actividades que pueden encontrarse dentro de las unidades didácticas son:

- **Actividades de detección de conocimientos previos.** A través de este tipo de actividades se pretende conocer qué saben los alumnos sobre el tema que se va a tratar, con el objetivo de partir de los conocimientos previos para alcanzar aprendizajes significativos.

En la primera sesión de cada unidad didáctica, se realizará una puesta en común sobre los contenidos que se abordarán en la unidad, de forma que los alumnos aporten las diferentes ideas que tengan sobre la materia y se pueda comprobar su nivel de conocimientos.

- **Actividades iniciales/motivación.** Se utilizan para introducir los contenidos concretos que se van a trabajar, y conectan, por tanto, con la parcela del saber en que dichos contenidos se inscriben. Son las actividades que comprenden la fase inicial del proceso de enseñanza y servirán para motivar al alumno hacia la materia a tratar en la unidad.
- **Actividades de desarrollo de contenidos.** Se desarrollan con la finalidad de practicar los conceptos y procedimientos presentados en la unidad, así como repasar e interrelacionar los aprendidos en las unidades anteriores. Permiten a los alumnos la adquisición de nuevos conocimientos.

Estas actividades comprenderán investigaciones sobre un tema concreto, resolución de casos prácticos, actividades de role-play, etc. Dentro de este bloque de actividades se desarrollará la simulación en la que se trabajará a lo largo de todo el curso escolar, recreando las distintas situaciones y tareas que debe abordar cada uno de los departamentos de una empresa.

- **Actividades de refuerzo.** Están destinadas a los alumnos que tienen dificultades en alcanzar los objetivos previstos. A través de estas actividades se atenderá a las diferencias individuales de los alumnos y a sus distintos ritmos de aprendizaje.

Este tipo de actividades se irán programando en función de las necesidades que se detecten en el grupo en el desarrollo del curso.

- **Actividades de ampliación.** Están destinadas a alumnos con un mayor ritmo de aprendizaje. Estas actividades tienen mayor complejidad o dificultad con la finalidad de facilitar el avance de estos e introducir, en ocasiones, nuevos conceptos de carácter secundario que completan los desarrollados en la unidad.
- **Actividades de recuperación o mejora de la calificación:** Los alumnos que no hayan superado algún criterio de evaluación, tendrán la posibilidad de realizar actividades extra para la superación de dicho criterio. Al igual que para los alumnos que deseen mejora su calificación, también se diseñarán actividades extra.
- **Actividades de síntesis.** Permiten al alumnado establecer relación entre los distintos contenidos aprendidos, así como su contrastación con los conocimientos que ya se tenían. Tienen la finalidad de reforzar las ideas principales de la unidad.
- **Actividades de evaluación.** Comprenden las dirigidas a la evaluación inicial, formativa y sumativa, siempre que esta no haya resultado cubierta por los distintos tipos de actividades anteriores.

4.2. MATERIALES

- Pizarra
- El aula asignada cuenta con 20 ordenadores personales, más uno para el profesor/a, conectados en red, con acceso a Internet, con preinstalación de Windows XP, paquete Office 2007. Además cuenta con un proyector o cañón.
- Equipos Informáticos con acceso a Internet
- Programas: Paquete Office (Word, Excel, Access, PowerPoint...)
- Aplicaciones y programas informáticos específicos y necesarios para la gestión de comercial: Contasol , Nominasol, Factusol, Excel, etc.

4.3. RECURSOS DIDÁCTICOS

- Apuntes elaborados por el profesor.
- Libros de consulta y apoyo:
 - Libro Comunicación empresarial y atención al cliente. Editorial Mc Graw-Hill.
- Modelos y documentos reales para reproducirlos con los equipos informáticos.

- Artículos de prensa y revistas.
- Acceso a fuentes de información a través de Internet.

Bibliografía de aula/ departamento didáctico

Fondo Editorial: Cuando el profesorado estime preciso, se podrá utilizar como apoyo, el fondo editorial del departamento. Libros tanto de apoyo curricular a los distintos módulos que componen el ciclo formativo como de apoyo en otros temas como: legislación, dinámica de grupos, temas transversales, técnicas de estudio, desarrollo cognitivo,....

4.4. ORGANIZACIÓN DEL ESPACIO, RECURSOS Y TIEMPOS

Roles: El alumnado asumirá un papel variado. Será activo de forma individual cuando realice actividades propias y de forma activa de colaboración y cooperación en las actividades en grupo.

Tiempo: Las actividades irán de menor a mayor complejidad a lo largo de cada una de las unidades de trabajo. El tiempo será flexible en función de las dificultades planteadas

Agrupamiento del alumnado: El aula es polivalente. Combina mesas para trabajar (sin ordenadores) buscando la interacción entre los alumnos, y mesas con ordenadores, con un ordenador-mesa para cada uno. Permitiendo realizar actividades individuales y en grupo.

La colocación del alumnado variará, para lograr una mayor la integración, mejorarlas tareas, refuerzos de determinados alumnos, etc. La labor de tutorización por parte de ciertos alumnos más adelantados con otros menos será también utilizada para ayudar al grupo-aula.

4.5. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS

La participación de la profesora en el programa "INNICIA" permitirá la realización de actividades como: charlas, talleres y jornadas relacionadas con el emprendimiento

Además el profesor participará en las actividades organizadas por el departamento de administración

4.6. ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

Queda establecido en nuestro sistema educativo, la aplicación de medidas para la atención a la diversidad consistentes en adaptaciones curriculares para el alumnado que necesite de las mismas.

Concretamente, la LOMCE contempla la atención a los alumnos con necesidades educativas específicas como medida orientada a la **igualdad**, para aquellos alumnos que necesiten una atención educativa diferente a la ordinaria por presentar Necesidades Educativas Especiales(NEE) u otras necesidades educativas, con el objetivo de que puedan alcanzar el máximo desarrollo posible de sus capacidades personales y, en todo caso, los objetivos establecidos con carácter general para todo el alumnado.

En Formación Profesional, además, se entenderá la atención a la diversidad desde la perspectiva de los distintos perfiles de alumnos que pueden estar cursando el ciclo formativo, de modo que podremos encontrar diversidad en distintos ámbito: diversidad de género (chicos/chicas); diversidad de edad (jóvenes/adultos); diversidad de conocimientos previos y niveles educativos (procedentes de la universidad, del bachillerato); diversidad de formas de acceso (requisitos académicos/prueba de acceso, etc.).

La atención a la amplia gama de motivaciones e intereses que presentan los alumnos en Formación Profesional, se presenta como uno de los mayores retos metodológicos de esta etapa,

Para el diseño de actividades adaptadas a la situación individual de cada alumno, se tendrá en cuenta la **Orden de 29 de septiembre de 2010, de evaluación del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial en Andalucía**, en cuyo artículo 2.5 e) se establece la posibilidad de:

“La adecuación de las actividades formativas, así como de los criterios y los procedimientos de evaluación cuando el ciclo formativo vaya a ser cursado por alumnado con algún tipo de discapacidad, garantizándose el acceso a las pruebas de evaluación”.

“Esta adaptación en ningún caso supondrá la supresión de resultados de aprendizaje y objetivos generales del ciclo que afectan a la adquisición de la competencia general del ciclo.”

Por este motivo, cumpliendo con la legislación vigente, podrán realizarse **adaptaciones curriculares poco significativas**, consideradas como aquellas modificaciones en los elementos de acceso al currículo que permitirán desarrollar los resultados de aprendizaje del módulo profesional, tales como: la organización de los espacios, disposición del aula, equipamiento y recursos didácticos, horario y agrupamiento del alumnado; o las que afectan

a elementos del currículo tales como la metodología, el tipo de actividades, los instrumentos y técnicas de evaluación, siempre y cuando no se vean afectados los objetivos.

Esta programación resultara flexible, con el objetivo de que pueda adaptarse a la diversidad de intereses, motivaciones y capacidades del alumnado. Se establecen, por tanto, tres tipos de adaptaciones:

- **Adaptaciones metodológicas.** Se procederá al uso de metodologías diversas, facilitando el proceso de aprendizaje al alumnado con necesidades educativas específicas.
- **Adaptación del tipo de actividades.** Dentro del mismo grupo se diseñarán actividades diferentes que respondan a los diversos grados de aprendizaje. Además, cada unidad contará con actividades de refuerzo, para los alumnos con un ritmo de aprendizaje más lento, y actividades de ampliación para alumnos con altas capacidades y ritmo de aprendizaje más avanzado.

Adaptaciones en las técnicas y los instrumentos de evaluación. La evaluación estará adaptada a cada alumno, seleccionando las técnicas e instrumentos más adecuados.

4.7. USO DE LAS TIC

La Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, para la Mejora de la Calidad Educativa, en línea con uno de los tres ámbitos que establece como necesarios para la transformación del sistema educativo, las TIC, indica en su preámbulo XI que “el aprendizaje personalizado y su universalización como grandes retos de la transformación educativa, así como la satisfacción de los aprendizajes en competencias no cognitivas, la adquisición de actitudes y el aprender haciendo, demandan el uso intensivo de las tecnologías”. Posteriormente, se continúa citando que “la incorporación generalizada al sistema educativo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), (...) permitirá personalizar la educación y adaptarla a las necesidades y al ritmo de cada alumno o alumna” (p.97865).

Si la incorporación de las TIC ya se estableció como necesaria para la transformación del sistema educativo, como hemos citado anteriormente, la situación sobrevenida por la pandemia provocada por la COVID-19 y el confinamiento nacional al que tuvimos que someternos, situó el uso de estos recursos como único medio para que el proceso educativo no se viera obligado a ser suspendido y paralizado.

Como consecuencia de la importancia que adquiere el uso de las TIC en el proceso de enseñanza-aprendizaje como elemento motivador, por su presencia y obligado manejo en

todos los ámbitos de nuestra vida y como medida preventiva ante la exposición a una nueva situación de confinamiento, se ha considerado el uso de las TIC en todas las actividades que componen cada una de las unidades didácticas, de forma que, además de familiarizar y experimentar a los alumnos en el uso de las mismas, ofrezcan la posibilidad de que se puedan realizar las mismas actividades programadas de forma telemática.

Concretamente, la integración de las TIC en la práctica docente se llevará a cabo mediante la **exposición de los contenidos curriculares a través del uso de medios digitales**, como el uso de presentaciones digitales y el visionado de videos.

El desarrollo de las actividades que requieran **investigación y búsqueda de información**, por parte de los alumnos, se llevará a cabo a través del **uso de ordenadores con conexión a internet**, fomentando un correcto uso y tratamiento de la información, así como la detección de fuentes de información fidedignas.

Para las **exposiciones orales**, de los alumnos al resto del grupo, se incentivará el **uso de las TIC como material y recurso de apoyo**.

Los materiales y recursos para el desarrollo del proceso de enseñanza-aprendizaje se pondrán a disposición de los alumnos a través de la **plataforma educativa Moodle**. A través del uso de este recurso, se fomenta la comunicación entre el grupo-aula, quedando establecido como medio de consulta e interacción para los alumnos fuera del aula. Además, permite que los alumnos estén informados en todo momento sobre futuros acontecimientos relevantes, como fechas de entrega de tareas, exposiciones, actividades complementarias o extraescolares, pruebas de evaluación, etc.

Los alumnos, también podrán realizar un seguimiento de su evaluación a través de la plataforma educativa, pues en ella podrán consultar sus calificaciones en las distintas actividades calificables realizadas. Además, será el medio establecido para la entrega de tareas en formato digital, recibiendo un feedback tras su corrección.

La plataforma educativa, resultará ser un recurso facilitador de material complementario para el desarrollo del módulo. Este material será facilitado al alumno por el docente, convirtiéndose en una fuente de información y consulta fidedigna que otorgue al alumno una vía a la que recurrir. Además, los alumnos podrán hacer aportaciones de material y recursos que consideren interesantes, que tras ser verificados por el profesor, quedarán a disposición del resto de alumnos, de forma que se otorgue al alumnado protagonismo en su propio aprendizaje y se fomente su iniciativa para expresar sus ideas y opiniones.

5. CRITERIOS Y ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN.

La evaluación de los aprendizajes del alumnado que cursa ciclos formativos completos será **continua** y se realizará por módulos profesionales. La Orden de Evaluación del 29 de septiembre de 2010 establece que la evaluación del alumnado será realizada por el profesorado que imparta cada módulo profesional **de acuerdo a los resultados de aprendizaje, criterios de evaluación y contenidos así como la madurez académica y profesional del alumnado en relación con las competencias y objetivos generales asociados al mismo**. Por tanto para realizar la evaluación se tendrán como referentes del proceso de evaluación:

- a. Criterios de evaluación
- b. Resultados de aprendizaje
- c. Contenidos de cada módulo
- d. Competencias profesionales, personales y sociales.
- e. Objetivos generales del Ciclo

5.1 RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN DEL MÓDULO

Los objetivos que tendrán que alcanzar los alumnos **al finalizar el módulo** vienen expresados en Resultados de Aprendizaje (RA), estableciéndose los siguientes:

RA1. Selecciona técnicas de comunicación, relacionándolas con la estructura e imagen de la empresa y los flujos de información existentes en ella.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha reconocido la necesidad de comunicación entre las personas.
- b) Se ha distinguido entre comunicación e información.
- c) Se han distinguido los elementos y procesos que intervienen en la comunicación.
- d) Se han reconocido los obstáculos que pueden existir en un proceso de comunicación.
- e) Se ha determinado la mejor forma y actitud a la hora de presentar el mensaje.
- f) Se han identificado los conceptos de imagen y cultura de la empresa.
- g) Se han diferenciado los tipos de organizaciones y su organigrama funcional.
- h) Se han distinguido las comunicaciones internas y externas y los flujos de información dentro de la empresa.
- i) Se ha seleccionado el destinatario y el canal adecuado para cada situación.

RA2. Transmite información de forma oral, vinculándola a los usos y costumbres socioprofesionales habituales en la empresa.**Criterios de evaluación:**

- a) Se han identificado los principios básicos a tener en cuenta en la comunicación verbal.
- b) Se ha identificado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales.
- c) Se han tenido en cuenta las costumbres socioculturales y los usos empresariales.
- 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.
- e) Se ha elaborado el mensaje verbal, de manera concreta y precisa, valorando las posibles dificultades en su transmisión.
- f) Se ha utilizado el léxico y expresiones adecuados al tipo de comunicación y a los interlocutores.
- g) Se ha presentado el mensaje verbal elaborado utilizando el lenguaje no verbal más adecuado.
- h) Se han utilizado equipos de telefonía e informáticos aplicando las normas básicas de uso.
- i) Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y sensibilidad.
- j) Se han analizado los errores cometidos y propuesto las acciones correctivas necesarias.

RA3. Transmite información escrita, aplicando las técnicas de estilo a diferentes tipos de documentos propios de la empresa y de la Administración Pública.**Criterios de evaluación:**

- a) Se han identificado los soportes para elaborar y transmitir los documentos: tipo de papel, sobres y otros.
- b) Se han identificado los canales de transmisión: correo convencional, correo electrónico, fax, mensajes cortos o similares.
- c) Se han diferenciado los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad, y confidencialidad.
- d) Se ha identificado al destinatario observando las debidas normas de protocolo.
- e) Se han clasificado las tipologías más habituales de documentos dentro de la empresa según su finalidad.
- f) Se ha redactado el documento apropiado, cumpliendo las normas ortográficas y sintácticas en función de su finalidad y de la situación de partida.
- g) Se han identificado las herramientas de búsqueda de información para elaborar la documentación.
- h) Se han utilizado las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos o autoedición.
- i) Se han cumplimentado los libros de registro de entrada y salida de correspondencia y paquetería en soporte informático y/o convencional.
- j) Se ha utilizado la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos establecidos para las empresas e instituciones públicas y privadas.

k) Se han aplicado, en la elaboración de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).

RA4. Archiva información en soporte papel e informático, reconociendo los criterios de eficiencia y ahorro en los trámites administrativos.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha descrito la finalidad de organizar la información y los objetivos que se persiguen.
- 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.
- 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.
- d) Se han identificado las principales bases de datos de las organizaciones, su estructura y funciones
- e) Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiados al tipo de documentos.
- f) Se han realizado árboles de archivos informáticos para ordenar la documentación digital.
- g) Se han aplicado las técnicas de archivo en los intercambios de información telemática (intranet, extranet, correo electrónico).
- h) Se han reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación y detectado los errores que pudieran producirse en él.
- 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.
- j) Se han aplicado, en la elaboración y archivo de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).

RA5. Reconoce necesidades de posibles clientes aplicando técnicas de comunicación.

Criterios de evaluación:

- a) Se han desarrollado técnicas de comunicación y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente en situaciones de atención/asesoramiento al mismo.
- b) Se han identificado las fases que componen el proceso de atención al cliente/consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación.
- c) Se han reconocido los errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente.
- d) Se ha identificado el comportamiento del cliente.
- e) Se han analizado las motivaciones de compra o demanda de un servicio del cliente.
- f) Se ha obtenido, en su caso, la información histórica del cliente.
- g) Se ha adaptado adecuadamente la actitud y discurso a la situación de la que se parte.
- h) Se ha observado la forma y actitud adecuadas en la atención y asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado.
- i) Se han distinguido las distintas etapas de un proceso comunicativo.

RA6. Atiende consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes aplicando la normativa vigente en materia de consumo.**Criterios de evaluación:**

- a) Se han descrito las funciones del departamento de atención al cliente en empresas.
- b) Se ha interpretado la comunicación recibida por parte del cliente.
- c) Se han identificado los elementos de la queja/reclamación.
- d) Se han reconocido las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/reclamaciones.
- e) Se ha identificado y localizado la información que hay que suministrar al cliente.
- f) Se han utilizado los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones.
- g) Se ha cumplimentado, en su caso, un escrito de respuesta utilizando medios electrónicos u otros canales de comunicación.
- h) Se ha reconocido la importancia de la protección del consumidor.
- i) Se ha identificado la normativa en materia de consumo.
- j) Se han diferenciado los tipos de demanda o reclamación.

RA7. Potencia la imagen de empresa reconociendo y aplicando los elementos y herramientas del marketing.**Criterios de evaluación:**

- a) Se ha identificado el concepto de marketing.
- b) Se han reconocido las funciones principales del marketing.
- c) Se ha valorado la importancia del departamento de marketing.
- d) Se han diferenciado los elementos y herramientas básicos que componen el marketing.
- e) Se ha valorado la importancia de la imagen corporativa para conseguir los objetivos de la empresa.
- f) Se ha valorado la importancia de las relaciones públicas y la atención al cliente para la imagen de la empresa.
- g) Se ha identificado la fidelización del cliente como un objetivo prioritario del marketing.

RA8. Aplica procedimientos de calidad en la atención al cliente identificando los estándares establecidos.**Criterios de evaluación:**

- a) Se han identificado los factores que influyen en la prestación del servicio al cliente.
- b) Se han descrito las fases del procedimiento de relación con los clientes.
- c) Se han descrito los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio.
- d) Se ha valorado la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos.
- e) Se han detectado los errores producidos en la prestación del servicio.

- f) Se ha aplicado el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas.
- g) Se ha explicado el significado e importancia del servicio post-venta en los procesos comerciales.
- h) Se han definido las variables constitutivas del servicio post-venta y su relación con la fidelización del cliente.
- i) Se han identificado las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio post-venta.
- j) Se han descrito los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio post-venta, así como sus fases y herramientas.

5.2 ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN

Se comenzará con una **evaluación inicial** a principio de curso que nos permitirá conocer y valorar la situación inicial del alumnado en cuanto al grado de desarrollo de las competencias básicas y al dominio del Módulo. Para este cometido se elaborará una prueba inicial que englobará una serie de preguntas cortas, de cultura general, para hacernos una idea del conocimiento del que parten los alumnos/as.

Los **resultados obtenidos este curso (2021-2022) en la evaluación inicial** son bastante satisfactorios, los alumnos tienen unos conocimientos previos medios, teniendo en cuenta que la mayoría no han visto nunca los contenidos que imparten en este módulo.

Por otra parte, se realizarán **tres evaluaciones parciales (1º, 2º trimestre y 3º trimestre)** y **una evaluación final**, para aquellos alumnos/as cuya media (de las evaluaciones parciales) sea inferior a cinco.

En el caso de que los alumnos/as pierdan el derecho a la **evaluación continua**, también podrán presentarse a la **evaluación final**, donde la calificación debe ser al menos de un cinco, ya que sólo se valorará la nota obtenida en esa prueba, que supondrá el 100% de la nota final.

Los resultados de la evaluación se expresarán mediante calificaciones numéricas de 0 a 10 sin decimales, **considerándose negativas las calificaciones inferiores a 5.**

La calificación se obtendrá teniendo en cuenta los **Resultados de Aprendizaje** establecidos en la normativa. Para su cálculo, en el módulo de Comunicación Empresarial y Atención al Cliente se van a establecer las siguientes ponderaciones sobre cada Resultado de Aprendizaje:

RA	Ponderación
1	5 %
2	20 %
3	20 %
4	15 %
5	15 %
6	10 %
7	10 %
8	5 %
Total	100 %

Para valorar el grado de consecución de cada uno de los Resultados de Aprendizaje se tendrán en cuenta **los Criterios de Evaluación** establecidos en la normativa, a los que se le asignan las siguientes ponderaciones respecto a su Resultado de Aprendizaje correspondiente:

RA 1	Ponderación
CE a	10 %
CE b	10 %
CE c	15 %
CE d	10 %
CE e	15 %
CE f	10 %
CE g	10 %
CE h	10 %
CE i	10 %
Total	100 %

RA 2	Ponderación
CE a	10 %
CE b	10 %
CE c	10 %
CE d	10 %
CE e	10 %
CE f	10 %
CE g	10 %
CE h	10 %
CE i	10 %
CE j	10 %
Total	100 %

RA 3	Ponderación
CE a	5 %
CE b	10 %
CE c	10 %
CE d	5 %
CE e	15 %
CE f	20 %
CE g	5 %
CE h	10 %
CE i	10 %
CE j	5 %
CE k	5 %
Total	100 %

RA 4	Ponderación
CE a	10 %
CE b	10 %
CE c	10 %
CE d	10 %
CE e	10 %
CE f	10 %
CE g	10 %
CE h	10 %
CE i	10 %
CE j	10 %
Total	100 %

RA 5	Ponderación
CE a	15 %
CE b	10 %
CE c	15 %
CE d	15 %
CE e	10 %
CE f	5 %
CE g	10 %
CE h	10 %
CE i	10 %
Total	100 %

RA 6	Ponderación
CE a	10 %
CE b	10 %
CE c	10 %
CE d	10 %
CE e	10 %
CE f	10 %
CE g	10 %
CE h	10 %
CE i	10 %
CE j	10 %
Total	100 %

RA 7	Ponderación
CE a	10 %
CE b	10 %
CE c	15 %
CE d	20 %
CE e	20 %
CE f	15 %
CE g	10 %
Total	100 %

RA 8	Ponderación
CE a	10 %
CE b	10 %
CE c	10 %
CE d	10 %
CE e	10 %
CE f	10 %
CE g	10 %
CE h	10 %
CE i	10 %
CE j	10 %
Total	100 %

Dentro de cada Resultado de Aprendizaje (RA), se encuentran los criterios de evaluación (CE) asociados a cada uno de ellos. La evaluación de los aprendizajes de los alumnos se realizará tomando como **referencia la evaluación de los criterios de evaluación** para comprobar la consecución de los Resultados de Aprendizaje establecidos. Cada **Resultado de Aprendizaje se considerará superado cuando la media ponderada de todos los criterios de evaluación que lo componen sea superior a 5.**

El criterio seleccionado para aplicar el porcentaje asignado a cada resultado de aprendizaje ha sido en función de las horas dedicadas a cada unidad en relación a las horas totales del módulo.

Al comienzo de cada unidad el alumno conocerá como se calificará la unidad, que criterios de evaluación se van a trabajar y que actividades serán calificables.

Para valorar los diferentes Criterios de Evaluación y así medir el grado de consecución de los Resultados de Aprendizaje, se utilizarán los siguientes instrumentos de evaluación:

A) PRUEBAS OBJETIVAS

En el módulo de Operaciones Auxiliares de Gestión de Tesorería se pueden realizar distintos tipos de pruebas según lo acordado en el Departamento de Administrativo del Centro:

- *Pruebas objetivas* donde se valoren los conocimientos adquiridos y los conceptos vistos. Estas pruebas objetivas estarán formadas por preguntas tipo test, preguntas cortas, de verdadero/falso, preguntas de desarrollo e identificación de conceptos o la combinación de ellas y se utilizarán en aquellos temas teóricos que no incluyan una parte práctica o en aquellos en los que esta parte no sea susceptible de otra prueba más específica.
- *Pruebas objetivas* en donde se combinan una parte teórica y una parte práctica donde se aplican los conceptos teóricos. Se informará al alumnado de forma verbal y escrita al inicio de la prueba del peso de cada una de las partes.
- *Pruebas objetivas prácticas.* En este caso, y tratándose de la materia que nos ocupa, esta prueba estará constituida por una serie de ejercicios, con soporte papel o informático, donde se valorará la interpretación del ejercicio y la consecución del resultado.

Los indicadores aplicados en este instrumento son:

- **Presentación:** cuidado de márgenes, letra legible, indica el resultado, explicando de dónde lo ha obtenido
- **Ortografía:** cada falta de ortográfica restará 0,1 puntos, con un máximo de 0,5 puntos. De esta forma se pretende que los alumnos/as cuiden la forma de escribir y eviten cometer errores ortográficos, intentando así que presten más atención a su escritura.
- **Contenidos:** Dependiendo del tipo de prueba, según el apartado.

La teoría, cuando se pregunte mediante tipo test, puede implicar penalización por cada pregunta mal contestada; la valoración de las preguntas correctas y la penalización de cada errónea se indicarán en el propio examen.

Se realizarán al menos 2 pruebas por evaluación, al finalizar una o dos unidades didácticas aproximadamente, dependiendo de la naturaleza de las unidades o del criterio del profesor y/o alumnado, para obtener información no solo sobre el progreso del alumnado, sino también sobre la organización del propio proceso de enseñanza-aprendizaje. La valoración se realizará generalmente sobre 10 aunque puede establecerse en función del diseño de cada prueba.

B) TRABAJOS

Para valorar las tareas entregadas por el alumnado, el profesor tendrá en cuenta dos partes diferenciadas:

➤ Forma y presentación de la tarea

Se tendrán en cuenta las siguientes cuestiones:

- ▶ *Corrección ortográfica:* cada falta ortográfica restará 0,1 puntos, con un máximo de 0'5 puntos. De esta forma se pretende que el alumnado cuide la forma de escribir y evite cometer errores ortográficos, intentando así que presten más atención a su escritura.
- ▶ *Limpieza y pulcritud:* a la hora de valorar una tarea vamos a tener en cuenta la presentación. Dentro de la presentación se incluyen aspectos de forma, como por ejemplo presentar los ejercicios en folios (y no en hojas arrancadas), tener una letra clara y legible, evitar los tachones, separar de algún modo los enunciados de las respuestas, respetar los márgenes, etc...

- ▶ *Orden*: en tesorería es imprescindible el orden, tanto en la presentación y elaboración de operaciones como cronológico. El alumnado debe saber obtener los datos del enunciado, identificarlos con su sigla correspondiente así como realizar adecuadamente y según el orden, los pasos establecidos para la consecución y solución del ejercicio.
- ▶ *Expresión y redacción*: si la tarea consiste en la resolución de preguntas de desarrollo, se valorará la redacción y las expresiones utilizadas por el alumnado. Las respuestas deben tener coherencia, ser claras y concisas (responder a lo que se pregunta) y sobre todo, lógicas.
- Contenido

La calificación de las tareas estará relacionado con los contenidos expuestos en las distintas actividades y supuestos planteados.

Se entiende que las tareas tienen un plazo de entrega para ser realizadas y que el alumnado cuenta con tiempo suficiente para elaborarlas de una manera correcta. Además durante ese periodo (desde que se pide hasta que lo entregan) el alumnado podrá preguntar sus dudas al profesor, ya sea en clase o vía correo electrónico.

En la valoración de los contenidos, se tendrá en cuenta la comprensión y la aplicación práctica de los contenidos teóricos, y se valorará positivamente la utilización de un vocabulario técnico y específico (visto en la unidad) y el uso de palabras clave que ayuden a comprender de una forma clara el tema tratado.

No obstante, también se podrán valorar otros aspectos como la creatividad del alumnado en sus respuestas, los argumentos expuestos, la justificación de las soluciones planteadas y las interpretaciones que hayan podido surgir, siempre y cuando tengan cierto sentido.

Cuando se valoren tareas prácticas, se distinguirá fundamentalmente entre errores de cálculo, errores en la utilización de las fórmulas y errores de planteamiento.

El número de tareas por trimestre variará según los contenidos. Tendrán una calificación de 0 a 10, dependiendo del número de tareas solicitadas y entregadas.

Entrega de tareas en la fecha acordada: el profesor pedirá las tareas para una fecha, el alumnado tendrá que entregarla ese día. Si esto no ocurriese, la tarea no será recogida y por tanto, no calificada. (Salvo causa suficientemente justificada: enfermedad o similar)

C) OBSERVACIÓN DIRECTA

El profesor valorará la actitud del alumnado en clase, así como el interés hacía el módulo tratado. Esta observación directa se centrará en los siguientes aspectos:

- Atención en clase e interés por la materia. En este hecho se tendrá en cuenta si el alumnado sigue el hilo de las explicaciones del profesor, pregunta dudas, realiza consultas, se preocupa por asimilar los conceptos, utiliza el ordenador correctamente durante las explicaciones, no se distrae ni distrae a los compañeros o profesores y mantiene un nivel de atención constante.
- Participación e intervención en las clases y corrección de ejercicios de forma voluntaria. Es importante que el alumnado participe e intervenga en las clases, realizando las aportaciones que consideren oportunas, relacionando las unidades de trabajo con temas de actualidad, y mostrando sus opiniones en los temas tratados con un cierto espíritu crítico. A demás, se valorará de forma positiva la predisposición a aprender y la salida voluntaria del alumnado a la pizarra para corregir las tareas propuestas y realizadas.
- Respeto y trabajo en equipo. Es muy importante que haya un buen ambiente o clima en el aula, que exista respeto entre los compañeros y respeto hacia los profesores, y que se pueda trabajar de forma conjunta, fomentando valores como la cooperación, el esfuerzo común y el compañerismo.

En el caso de que algún alumno/a haya perdido el derecho a la evaluación continua por la aplicación del ROF, los instrumentos y/o criterios de evaluación aplicados hasta el momento no se tendrán en cuenta. En este caso se examinarán en una prueba final, y la nota será el 100% que saquen en esa prueba.

Según se especifica en el ROF, aquellos alumnos/as que superen el 20% de faltas de asistencia, perderán el derecho a evaluación continua.

5.3.- ACTIVIDADES DE RECUPERACIÓN

Si el alumno/a no supera un RA, ya que su calificación es inferior a cinco, tendrá la posibilidad de recuperarlo.

Para recuperar los RA pendientes, se ofrecerá al alumno un **plan de recuperación personalizado**. El alumno/a deberá presentarse a una prueba escrita. Algunas veces se

realizará inmediatamente después de comprobar que el alumno/a no alcanza el aprobado, y otras veces, puede posponerse al siguiente trimestre.

Además, el profesor/a propondrá una serie de actividades de recuperación y refuerzo, que el alumno/a deberá realizar antes de presentarse a dicha prueba. Con ello se pretende que el alumnado estudie y repase las unidades con cierta antelación y se pueda valorar el apartado de trabajos de nuevo.

Estas actividades de recuperación tendrán unos niveles progresivos de dificultad, es decir, en primer lugar se plantearán actividades sencillas que permitan la comprensión de los conceptos, posteriormente se plantearán ejercicios donde se compruebe si efectivamente se han comprendido los conceptos de forma independiente y finalmente se propondrán casos reales y supuestos prácticos, para la aplicación de los conocimientos adquiridos de forma global.

Las actividades de recuperación podrán ser:

- Preguntas cortas, de relacionar conceptos, de completar huecos, de verdadero o falso, de seleccionar la opción correcta, etc...
- Realización de esquemas de cada unidad.
- Búsqueda de ejemplos que ayuden a comprender mejor cada unidad.

En algunos casos, se propondrán ejercicios de recuperación y en otros de repaso. La diferencia entre unos y otros radica en que los de repaso ya se han hecho en clase, y el alumno/a debe repetirlos. Las actividades de recuperación en cambio, son un listado de ejercicios nuevos que completan y complementan a los realizados en clase, y se entiende que ayudarán a que el alumno/a comprenda mejor los conceptos y pueda, finalmente, conseguir los objetivos didácticos.

En algunas de estas actividades, se intentará que el alumno/a busque ejemplos y situaciones reales que conozca, para favorecer la comprensión de los contenidos, porque como se ha comentado en la metodología, es importante partir de los conocimientos previos del alumno. De esta forma, la asimilación de los conceptos le resultará más fácil y el proceso de enseñanza aprendizaje será más satisfactorio, lo que se traduce en unos mejores resultados.

En el caso de que algún alumno/a haya perdido el derecho a la evaluación continua por la aplicación del ROF, los instrumentos y/o criterios de evaluación aplicados hasta el momento: pruebas, tareas y observación directa no tendrán lugar, no se tendrán en cuenta. Tendrán derecho a un examen que incluirá teoría y práctica referidas a todos los contenidos de esta programación, este examen se realizará en la fecha establecida y constituirá el 100% de la nota del módulo.

5.4 EVALUACIÓN DEL PROCESO DE ENSEÑANZA Y DEL PROCESO DE APRENDIZAJE

La evaluación del proceso de enseñanza permite realizar cambios e innovaciones en las programaciones educativas y acciones didácticas, que contribuyen a mejorar la acción docente y, en consecuencia, mejorar la calidad de la enseñanza.

La evaluación de esta programación se realizará con la recogida de información, al final de cada trimestre y al final del módulo. Dicha información permitirá contrastar los resultados y percepciones obtenidas con las planificadas y esperadas. A continuación, se detalla la información que será analizada y evaluada, y el instrumento utilizado para su obtención:

INFORMACIÓN	INSTRUMENTO
Resultados académicos del grupo	Estadística de notas
Datos sobre asistencia	Registro de asistencia.
Valoración del profesor sobre el desarrollo del módulo	Memoria de la programación Anotaciones del profesor sobre el desarrollo de las actividades.
Valoración del alumnado sobre el desarrollo del módulo	Encuesta de satisfacción
Valoración de la acción docente por el alumnado	Encuesta de satisfacción

6. TEMAS TRANSVERSALES.

Los temas transversales se refieren a aprendizajes relacionados con la educación en valores, con la cultura andaluza, y con las tecnologías de la información y la comunicación.

La función formativa del Ciclo de Grado Medio de Gestión Administrativa implica aportar a los alumnos/as referencias que sean algo más que los conocimientos propios del módulo. Por

ese motivo se incluyen los temas o contenidos transversales. A continuación voy a señalar como y porque los aplicamos.

- **Educación para el consumidor.**- En esta programación, este tema transversal está presente en todas las unidades didácticas, puesto que en todas ellas se conectan los contenidos con la economía doméstica o economía a nivel de usuario, así como con las actitudes relacionadas con el consumo nacional ampliamente considerado.

- **Educación moral y cívica.**- En este módulo, se refiere al código deontológico que está asociado al perfil profesional que queremos desarrollar en nuestro alumnado y que incluye valores como: el respeto hacia los demás, la responsabilidad, la sistematicidad, el orden y la protección de datos. Este tema transversal está presente en todas las unidades didácticas.

- **Educación ambiental.**- La educación ambiental se relaciona con esta programación en la medida que se le hace consciente al alumnado de la necesidad de que las empresas inviertan en el desarrollo sostenible.

- **Educación para la cooperación.**- Porque las actividades grupales con una estructura de meta cooperativa son importantes dentro de cada uno de los departamentos de la empresa y de ella en su conjunto.

Dentro de la Educación para la Salud, podemos citar:

- **Prevención de riesgos laborales:** ya que hay que inculcarle al alumnado, que para realizar el trabajo de un Técnico en Gestión Administrativa, es importante la ergonomía, enfocada en este caso concreto a los medios que se utilizan y a tener en cuenta para una mejor salud, que son: silla anatómica para posición correcta de espalda y columna vertebral, reposapiés (buena circulación sanguínea), distancia al ordenador: pantalla, iluminación de la oficina (para conservar el buen estado de la vista) y conciencia de un Plan de Previsión de Riesgos Laborales.

- Con respecto a la **Cultura Andaluza**, se fomentará la misma a través de la contextualización de los contenidos del módulo profesional a la realidad socio-laboral de nuestra comunidad autónoma (Andalucía) y de nuestro entorno más cercano (el Bajo Almanzora).

- **Educación para la paz y la convivencia.**- Este tema transversal conecta directamente con la necesidad de formar a nuestro alumnado en relaciones laborales equilibradas, que incluyen el respeto mutuo, la ayuda entre iguales, la colaboración y el trabajo en equipo como valores centrales. Este tema se trabaja, igual que el anterior, en todas las unidades.

7. ELEMENTOS CURRICULARES DE CADA UNIDAD DIDACTICA

UT	1	Título	Empresa y Comunicación	Nº sesiones	24	Evaluación	1ª
Objetivos							
<ul style="list-style-type: none"> - Saber distinguir entre empresa y empresario. - Saber identificar los elementos de una empresa, su clasificación y que forma parte de los mismos. - Saber reconocer los distintos tipos de organización empresarial. - Identificar los departamentos que son representados en un organigrama. - Identificar las funciones realizadas por los departamentos de una organización empresarial. - Conocer el concepto organigrama. - Reconocer la importancia de la comunicación en el mundo empresarial, reconocer los elementos que forman parte de los procesos de comunicación. - Utilizar de forma correcta los recursos del lenguaje verbal y no verbal. - Aplicar los recursos necesarios para conseguir el objetivo perseguido en el proceso comunicativo. - Diferenciar las barreras de comunicación del emisor y del receptor. 							
Contenidos				Tipos de actividades			
<ol style="list-style-type: none"> 1. La empresa y su organización 2. La información en la empresa 3. El proceso de comunicación 4. La comunicación en la empresa 5. La eficacia de la comunicación 				Actividades tipo test, actividades de desarrollo, preguntas cortas, búsqueda en Internet, visita de webs oficiales, lectura de textos, debates, ejercicios/supuestos prácticos, etc.			
Criterios de evaluación							
<p>1. Selecciona técnicas de comunicación, relacionándolas con la estructura e imagen de la empresa y los flujos de información existentes en ella.</p> <p>Criterios de evaluación:</p> <ol style="list-style-type: none"> a) Se ha reconocido la necesidad de comunicación entre las personas. b) Se ha distinguido entre comunicación e información. c) Se han distinguido los elementos y procesos que intervienen en la comunicación. d) Se han reconocido los obstáculos que pueden existir en un proceso de comunicación. e) Se ha determinado la mejor forma y actitud a la hora de presentar el mensaje. f) Se han identificado los conceptos de imagen y cultura de la empresa. g) Se han diferenciado los tipos de organizaciones y su organigrama funcional. h) Se han distinguido las comunicaciones internas y externas y los flujos de información dentro de la empresa. i) Se ha seleccionado el destinatario y el canal adecuado para cada situación. <p>OBJETIVOS MÍNIMOS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Saber distinguir entre empresa y empresario. - Saber identificar los elementos de una empresa, su clasificación y que forma parte de los mismos. - Saber reconocer los distintos tipos de organización empresarial. - Conocer el concepto organigrama. - Reconocer la importancia de la comunicación en el mundo empresarial, reconocer los elementos que forman parte de los procesos de comunicación. - Diferenciar las barreras de comunicación del emisor y del receptor. 							

UT	2	Título	La comunicación presencial	Nº sesiones	20	Evaluación	1ª
Objetivos							
<ul style="list-style-type: none"> – Reconocer la importancia de la comunicación en el mundo. – Conocer los diferentes canales que un cliente tiene para ponerse en contacto con una empresa. – Aplicar correctamente las técnicas para saber escuchar activamente. – Utilizar de forma correcta la comunicación no verbal y cuida su imagen personal. – Saber qué medios y recursos son utilizados en la comunicación no verbal. – Diferenciar los distintos factores asociados al lenguaje: el tono, el volumen, la rapidez en el hablar, la pronunciación, los silencios y el ritmo o fluidez. – Identificar las condiciones que deben producirse en todo diálogo. – Aplicar las pautas que deben estar presentes en todo discurso. – Utilizar aquellos recursos que son necesarios, a la hora de enfrentarse a una entrevista de trabajo. 							
Contenidos				Tipos de actividades			
<ol style="list-style-type: none"> 1. La comunicación presencial: elementos y situaciones 2. Las técnicas de comunicación presencial 3. La comunicación no verbal 4. Las costumbres socioculturales y los usos empresariales 5. Los criterios de calidad en la comunicación presencial 				Actividades tipo test, actividades de desarrollo, preguntas cortas, búsqueda en Internet, visita de webs oficiales, lectura de textos, debates, ejercicios/supuestos prácticos, etc.			
Criterios de evaluación							
<p>2. Transmite información de forma oral, vinculándola a los usos y costumbres socioprofesionales habituales en la empresa.</p> <p>Criterios de evaluación:</p> <ol style="list-style-type: none"> a) Se han identificado los principios básicos a tener en cuenta en la comunicación verbal. b) Se ha identificado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales. c) Se han tenido en cuenta las costumbres socioculturales y los usos empresariales. 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. e) Se ha elaborado el mensaje verbal, de manera concreta y precisa, valorando las posibles dificultades en su transmisión. f) Se ha utilizado el léxico y expresiones adecuados al tipo de comunicación y a los interlocutores. g) Se ha presentado el mensaje verbal elaborado utilizando el lenguaje no verbal más adecuado. h) Se han utilizado equipos de telefonía e informáticos aplicando las normas básicas de uso. i) Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y sensibilidad. j) Se han analizado los errores cometidos y propuesto las acciones correctivas necesarias. <p>OBJETIVOS MÍNIMOS</p> <ul style="list-style-type: none"> – Reconocer la importancia de la comunicación en el mundo. – Conocer los diferentes canales que un cliente tiene para ponerse en contacto con una empresa. – Aplicar correctamente las técnicas para saber escuchar activamente. – Utilizar de forma correcta la comunicación no verbal y cuida su imagen personal. – Diferenciar los distintos factores asociados al lenguaje: el tono, el volumen, la rapidez en el hablar, la pronunciación, los silencios y el ritmo o fluidez. 							

UT	3	Título	Comunicación telefónica	Nº sesiones	20	Evaluación	1ª
Objetivos							
<ul style="list-style-type: none"> – Conocer el funcionamiento de una centralita de teléfonos en una empresa, su importancia y como sacarle el máximo partido a la misma. – Localizar el número de teléfono de una empresa, mediante la página web de telefónica o QDQ. – Aplicar las normas para llamar y contestar correctamente al teléfono. – Utilizar el teléfono móvil para realizar videollamadas, enviar sms y ver el correo electrónico, y navegar por Internet. – Saber qué medios informáticos son necesarios para realizar una videoconferencia. 							
Contenidos				Tipos de actividades			
<ol style="list-style-type: none"> 1. El proceso de comunicación telefónica 2. Los equipos y los medios más habituales en las comunicaciones telefónicas 3. Los protocolos de tratamiento 4. Los usos habituales del teléfono en la empresa 5. Los modelos básicos de comunicación telefónica 6. La seguridad, el registro y la confidencialidad en las llamadas telefónicas 				Actividades tipo test, actividades de desarrollo, preguntas cortas, búsqueda en Internet, visita de webs oficiales, lectura de textos, debates, ejercicios/supuestos prácticos, etc.			
Criterios de evaluación							
<p>2. Transmite información de forma oral, vinculándola a los usos y costumbres socioprofesionales habituales en la empresa.</p> <p>Criterios de evaluación:</p> <ol style="list-style-type: none"> a) Se han identificado los principios básicos a tener en cuenta en la comunicación verbal. b) Se ha identificado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales. c) Se han tenido en cuenta las costumbres socioculturales y los usos empresariales. 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. e) Se ha elaborado el mensaje verbal, de manera concreta y precisa, valorando las posibles dificultades en su transmisión. f) Se ha utilizado el léxico y expresiones adecuados al tipo de comunicación y a los interlocutores. g) Se ha presentado el mensaje verbal elaborado utilizando el lenguaje no verbal más adecuado. h) Se han utilizado equipos de telefonía e informáticos aplicando las normas básicas de uso. i) Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y sensibilidad. j) Se han analizado los errores cometidos y propuesto las acciones correctivas necesarias. <p>OBJETIVOS MÍNIMOS</p> <ul style="list-style-type: none"> – Conocer el funcionamiento de una centralita de teléfonos en una empresa, su importancia y como sacarle el máximo partido a la misma. – Localizar el número de teléfono de una empresa, mediante la página web de telefónica o QDQ. – Aplicar las normas para llamar y contestar correctamente al teléfono. 							

UT	4	Título	Comunicaciones escritas	Nº sesiones	30	Evaluación	2ª
Objetivos							
<ul style="list-style-type: none"> – Transmitir información escrita, aplicando las técnicas de estilo a diferentes tipos de documentos propios de la empresa y de la Administración Pública. – Identificar los soportes para elaborar y transmitir los documentos: tipo de papel, sobres y otros. – Identificar las tipologías más habituales de documentos dentro de la empresa según su finalidad. – Redacta el documento apropiado cumpliendo las normas ortográficas y sintácticas en función de su finalidad y de la situación de partida. – Saber utilizar las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos o autoedición. 							
Contenidos				Tipos de actividades			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Elementos de la comunicación escrita 2. La redacción de escritos 3. Documentos propios de la empresa y de la Administración Pública 4. Soportes para elaborar y transmitir documentos 5. Canales de transmisión de información 6. Herramientas de búsqueda de información para elaborar la documentación 7. Aplicaciones informáticas de procesamiento de textos 				Actividades tipo test, actividades de desarrollo, preguntas cortas, búsqueda en Internet, visita de webs oficiales, lectura de textos, debates, ejercicios/supuestos prácticos, etc.			
Criterios de evaluación							
<p>3. Transmite información escrita, aplicando las técnicas de estilo a diferentes tipos de documentos propios de la empresa y de la Administración Pública.</p> <p>Criterios de evaluación:</p> <p>a) Se han identificado los soportes para elaborar y transmitir los documentos: tipo de papel, sobres y otros.</p> <p>b) Se han identificado los canales de transmisión: correo convencional, correo electrónico, fax, mensajes cortos o similares.</p> <p>c) Se han diferenciado los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad, y confidencialidad.</p> <p>d) Se ha identificado al destinatario observando las debidas normas de protocolo.</p> <p>e) Se han clasificado las tipologías más habituales de documentos dentro de la empresa según su finalidad.</p> <p>f) Se ha redactado el documento apropiado, cumpliendo las normas ortográficas y sintácticas en función de su finalidad y de la situación de partida.</p> <p>g) Se han identificado las herramientas de búsqueda de información para elaborar la documentación.</p> <p>h) Se han utilizado las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos o autoedición.</p> <p>i) Se han cumplimentado los libros de registro de entrada y salida de correspondencia y paquetería en soporte informático y/o convencional.</p> <p>j) Se ha utilizado la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos establecidos para las empresas e instituciones públicas y privadas.</p> <p>k) Se han aplicado, en la elaboración de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).</p> <p>OBJETIVOS MÍNIMOS</p> <ul style="list-style-type: none"> – Transmitir información escrita, aplicando las técnicas de estilo a diferentes tipos de documentos propios de la empresa y de la Administración Pública. – Identificar los soportes para elaborar y transmitir los documentos: tipo de papel, sobres y otros. – Saber utilizar las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos o autoedición. 							

UT	5	Título	El tratamiento de la correspondencia y la paquetería	Nº sesiones	14	Evaluación	2ª
Objetivos							
<ul style="list-style-type: none"> - Diferenciar la circulación interna del correo entre una gran empresa con apartado de correos y el de una pequeña-mediana empresa sin él. - Reconocer las diferencias entre un correo ordinario y uno certificado. - Diferenciar los distintos servicios de mensajerías ofrecidas por el sector privado, y utiliza aquel que mejor se adapte al tamaño, peso y necesidades del cliente. - Determinar cuando es necesario el envío de un telegrama o un Burofax. - Reconocer y utilizar las páginas on-line de la Sociedad Estatal de Correos y Telégrafos, S.A. - Reconocer los servicios de paquetería internacional del sector privado, así como las prestaciones que ofrece cada uno de ellos. 							
Contenidos				Tipos de actividades			
<ol style="list-style-type: none"> 1. La circulación de la correspondencia en entidades privadas y públicas 2. Los servicios de correspondencia y paquetería 3. Los medios telemáticos: funciones y procedimientos 4. Las normas de seguridad y confidencialidad de la correspondencia 				Actividades tipo test, actividades de desarrollo, preguntas cortas, búsqueda en Internet, visita de webs oficiales, lectura de textos, debates, ejercicios/supuestos prácticos, etc.			
Criterios de evaluación							
<p>3. Transmite información escrita, aplicando las técnicas de estilo a diferentes tipos de documentos propios de la empresa y de la Administración Pública.</p> <p>Criterios de evaluación:</p> <p>b) Se han identificado los canales de transmisión: correo convencional, correo electrónico, fax, mensajes cortos o similares.</p> <p>c) Se han diferenciado los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad, y confidencialidad.</p> <p>i) Se han cumplimentado los libros de registro de entrada y salida de correspondencia y paquetería en soporte informático y/o convencional.</p> <p>j) Se ha utilizado la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos establecidos para las empresas e instituciones públicas y privadas.</p> <p>k) Se han aplicado, en la elaboración de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).</p> <p>OBJETIVOS MÍNIMOS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Diferenciar la circulación interna del correo entre una gran empresa con apartado de correos y el de una pequeña-mediana empresa sin él. - Reconocer las diferencias entre un correo ordinario y uno certificado. - Determinar cuando es necesario el envío de un telegrama o un Burofax. - Reconocer los servicios de paquetería internacional del sector privado, así como las prestaciones que ofrece cada uno de ellos. 							

UT	6	Título	Archivo y clasificación de documentos	Nº sesiones	12	Evaluación	2ª
Objetivos							
<ul style="list-style-type: none"> - Archivar información en soporte papel e informático, reconociendo los criterios de eficiencia y ahorro en los trámites administrativos. - Especificar la finalidad de organizar la información y los objetivos que se persiguen. - Diferenciar 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. - Identificar 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. - Reconocer los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación y detectado los errores que pudieran producirse en él. 							
Contenidos				Tipos de actividades			
<ol style="list-style-type: none"> 1. El archivo: concepto y finalidad 2. Tipos de archivos empresariales 3. Sistemas de clasificación de documentos 4. Archivo de documentos en formato papel 5. Archivo informático de datos 6. Soportes y materiales de archivo 7. La protección de la información: la LOPD 				Actividades tipo test, actividades de desarrollo, preguntas cortas, búsqueda en Internet, visita de webs oficiales, lectura de textos, debates, ejercicios/supuestos prácticos, etc.			
Criterios de evaluación							
<p>4. Archiva información en soporte papel e informático, reconociendo los criterios de eficiencia y ahorro en los trámites administrativos.</p> <p>Criterios de evaluación:</p> <ol style="list-style-type: none"> a) Se ha descrito la finalidad de organizar la información y los objetivos que se persiguen. 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. 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. d) Se han identificado las principales bases de datos de las organizaciones, su estructura y funciones e) Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiados al tipo de documentos. f) Se han realizado árboles de archivos informáticos para ordenar la documentación digital. g) Se han aplicado las técnicas de archivo en los intercambios de información telemática (intranet, extranet, correo electrónico). h) Se han reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación y detectado los errores que pudieran producirse en él. 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. j) Se han aplicado, en la elaboración y archivo de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar). <p>OBJETIVOS MÍNIMOS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Archivar información en soporte papel e informático, reconociendo los criterios de eficiencia y ahorro en los trámites administrativos. - Diferenciar 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. - Identificar 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. 							

UT	7	Título	Detección de las necesidades del cliente y de su satisfacción	Nº sesiones	12	Evaluación	3ª
Objetivos							
<ul style="list-style-type: none"> – Reconocer e identificar al cliente – Reconocer necesidades de posibles clientes aplicando técnicas de comunicación. – Identificar las fases que componen el proceso de atención al cliente y su comportamiento. – Conocer los diferentes tipos de clientes. – Identificar los modelos que explican el comportamiento del cliente. – Reconocer los diferentes elementos de la atención al cliente: entorno, organización y empleados. – Distinguir las fases de la atención al cliente: el seguimiento, la gestión y la despedida. – Identificar y distinguir los diferentes canales de comunicación para encauzar la atención del cliente. 							
Contenidos				Tipos de actividades			
<ol style="list-style-type: none"> 1. El cliente y su importancia en la empresa 2. Las motivaciones del cliente y el proceso de compra 3. Elementos de la atención al cliente 4. El departamento de atención al cliente 5. Comunicación y asesoramiento en la atención al cliente 6. Satisfacción y calidad 7. Evaluación del servicio y fidelización del cliente 				Actividades tipo test, actividades de desarrollo, preguntas cortas, búsqueda en Internet, visita de webs oficiales, lectura de textos, debates, ejercicios/supuestos prácticos, etc.			
Criterios de evaluación							
<p>5. Reconoce necesidades de posibles clientes aplicando técnicas de comunicación.</p> <p>Criterios de evaluación:</p> <p>a) Se han desarrollado técnicas de comunicación y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente en situaciones de atención/asesoramiento al mismo.</p> <p>b) Se han identificado las fases que componen el proceso de atención al cliente/consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación.</p> <p>c) Se han reconocido los errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente.</p> <p>d) Se ha identificado el comportamiento del cliente.</p> <p>e) Se han analizado las motivaciones de compra o demanda de un servicio del cliente.</p> <p>f) Se ha obtenido, en su caso, la información histórica del cliente.</p> <p>g) Se ha adaptado adecuadamente la actitud y discurso a la situación de la que se parte.</p> <p>h) Se ha observado la forma y actitud adecuadas en la atención y asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado.</p> <p>i) Se han distinguido las distintas etapas de un proceso comunicativo.</p> <p>8. Aplica procedimientos de calidad en la atención al cliente identificando los estándares establecidos.</p> <p>Criterios de evaluación:</p> <p>a) Se han identificado los factores que influyen en la prestación del servicio al cliente.</p> <p>b) Se han descrito las fases del procedimiento de relación con los clientes.</p> <p>c) Se han descrito los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio.</p> <p>OBJETIVOS MÍNIMOS</p> <ul style="list-style-type: none"> – Reconocer necesidades de posibles clientes aplicando técnicas de comunicación. – Identificar las fases que componen el proceso de atención al cliente y su comportamiento. – Conocer los diferentes tipos de clientes. – Reconocer los diferentes elementos de la atención al cliente: entorno, organización y empleados. – Distinguir las fases de la atención al cliente: el seguimiento, la gestión y la despedida. 							

UT	8	Título	Atención de quejas y reclamaciones	Nº sesiones	14	Evaluación	3ª
Objetivos							
<ul style="list-style-type: none"> – Atiende consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes aplicando la normativa vigente en materia de consumo. – Identificar una reclamación, una queja, una sugerencia y una felicitación. – Saber los derechos básicos de los consumidores. – Identificar los elementos que componen una reclamación o una queja. – Distinguir las diferentes fases de la resolución de un queja o reclamación – Identificar las diferentes instituciones de consumo, tanto nacionales como europeas. – Conocer el concepto de denuncia en el campo del consumo. – Identificar las diferentes fases que componen la tramitación y gestión de las reclamaciones y de las denuncias. 							
Contenidos				Tipos de actividades			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Valoración de la atención recibida 2. Elementos de la reclamación 3. Gestión de reclamaciones 4. El consumidor y su protección 5. Instituciones y organismos de consumo 6. Proceso de resolución de una reclamación ante la Administración 				Actividades tipo test, actividades de desarrollo, preguntas cortas, búsqueda en Internet, visita de webs oficiales, lectura de textos, debates, ejercicios/supuestos prácticos, etc.			
Criterios de evaluación							
<p>6. Atiende consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes aplicando la normativa vigente en materia de consumo.</p> <p>Criterios de evaluación:</p> <ol style="list-style-type: none"> a) Se han descrito las funciones del departamento de atención al cliente en empresas. b) Se ha interpretado la comunicación recibida por parte del cliente. c) Se han identificado los elementos de la queja/reclamación. d) Se han reconocido las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/reclamaciones. e) Se ha identificado y localizado la información que hay que suministrar al cliente. f) Se han utilizado los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones. g) Se ha cumplimentado, en su caso, un escrito de respuesta utilizando medios electrónicos u otros canales de comunicación. h) Se ha reconocido la importancia de la protección del consumidor. i) Se ha identificado la normativa en materia de consumo. j) Se han diferenciado los tipos de demanda o reclamación. <p>8. Aplica procedimientos de calidad en la atención al cliente identificando los estándares establecidos.</p> <p>Criterios de evaluación:</p> <ol style="list-style-type: none"> d) Se ha valorado la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos. e) Se han detectado los errores producidos en la prestación del servicio. f) Se ha aplicado el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas. g) Se ha explicado el significado e importancia del servicio post-venta en los procesos comerciales. h) Se han definido las variables constitutivas del servicio post-venta y su relación con la fidelización del cliente. i) Se han identificado las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio post-venta. j) Se han descrito los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio post-venta, así como sus fases y herramientas. <p>OBJETIVOS MÍNIMOS</p> <ul style="list-style-type: none"> – Atiende consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes aplicando la normativa vigente en materia de consumo. – Identificar una reclamación, una queja, una sugerencia y una felicitación. – Identificar los elementos que componen una reclamación o una queja. – Distinguir las diferentes fases de la resolución de un queja o reclamación 							

UT	9	Título	Protección de la imagen empresarial	Nº sesiones	14	Evaluación	3ª
Objetivos							
<ul style="list-style-type: none"> – Reconocer la importancia de aplicar una buena campaña de marketing a la actividad empresarial, y su influencia en la imagen de la empresa. – Identificar los elementos que forman parte del marketing efectivo. – Distinguir e identificar los argumentos en los que se basa una buena imagen corporativa. – Reconocer la importancia de la imagen corporativa, y su influencia en los consumidores. 							
Contenidos				Tipos de actividades			
<ol style="list-style-type: none"> 1. La función comercial de la empresa 2. Marketing: concepto y niveles de desarrollo 3. Implantación del plan de marketing 4. El producto y sus estrategias 5. El precio y sus estrategias 6. El acercamiento físico al cliente: la distribución 7. Estrategias de comunicación con el cliente 8. Imagen y cultura de empresa: RSC 				Actividades tipo test, actividades de desarrollo, preguntas cortas, búsqueda en Internet, visita de webs oficiales, lectura de textos, debates, ejercicios/supuestos prácticos, etc.			
Criterios de evaluación							
<p>7. Potencia la imagen de empresa reconociendo y aplicando los elementos y herramientas del marketing.</p> <p>Criterios de evaluación:</p> <ol style="list-style-type: none"> a) Se ha identificado el concepto de marketing. b) Se han reconocido las funciones principales del marketing. c) Se ha valorado la importancia del departamento de marketing. d) Se han diferenciado los elementos y herramientas básicos que componen el marketing. e) Se ha valorado la importancia de la imagen corporativa para conseguir los objetivos de la empresa. f) Se ha valorado la importancia de las relaciones públicas y la atención al cliente para la imagen de la empresa. g) Se ha identificado la fidelización del cliente como un objetivo prioritario del marketing. <p>OBJETIVOS MÍNIMOS</p> <ul style="list-style-type: none"> – Reconocer la importancia de aplicar una buena campaña de marketing a la actividad empresarial, y su influencia en la imagen de la empresa. – Identificar los elementos que forman parte del marketing efectivo. – Reconocer la importancia de la imagen corporativa, y su influencia en los consumidores. 							

NOTA: “ESTA PROGRAMACIÓN SE IRÁ REVISANDO A LO LARGO DEL CURSO PARA IR MODIFICANDO AQUELLOS APARTADOS QUE CONSIDERE NECESARIO ACLARAR O MODIFICAR PARA SU CORRECTA REALIZACIÓN”.