

PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA

MÓDULO PROFESIONAL: 0651 – COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE

CURSO: 1º ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS

NIVEL: C.F.G.S.

CURSO ACADÉMICO: 2021 / 2022

FRANCISCO JOSÉ ROMERO CAMPOS

1.- INTRODUCCIÓN

Esta programación está destinada al primer curso del Ciclo de Grado Superior de Administración y finanzas, 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 de Comunicación y atención al cliente, con una duración de 160 horas lectivas a razón de 5 horas semanales.

a) Contexto Legal

Podemos citar una serie de leyes que debemos tener en cuenta a la hora de elaborar la programación. Son las siguientes:

- En primer lugar debemos tener en cuenta 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.
- Por otra parte, el **Real Decreto 1538/2006**, de 15 de diciembre, 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.
- 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
- Por último, debemos citar 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

b) Contexto Socioeconómico

El contexto socioeconómico del centro se enmarca dentro de las actividades del sector terciario o servicios, destacando las actividades relacionadas con el turismo, la construcción y la actividad comercial e inmobiliaria en un marco de empresas de pequeña dimensión.

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.

c) 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, así como la Formación Básica de Ayudante de Mecánico.

b) Contexto de aula

En el Módulo Profesional COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE, hay matriculados 18 alumnos y alumnas, con edades comprendidas entre 18 y 48 años; proceden de los pueblos de la comarca, especialmente de Albox, Arboleas, Fines, Cantoria, Macael y Olula del Río siendo de Albox el grupo más numeroso.

Algunos de ellos compaginan los estudios con el trabajo y otros con responsabilidades y trabajo en el hogar, así como formación complementaria en idiomas.

En este curso, el alumnado ha accedido al ciclo tras realizar Bachillerato o de 4º de la ESO. Hay también algunos alumnos con carreras universitarias. Presentan unas motivaciones nuevas y regeneradas en referencia a los estudios anteriormente cursados. Sus expectativas, tanto profesionales como formativas y personales, van en aumento, y poseen una alta motivación en el aula. Dichas expectativas están relacionadas con la continuidad formativa o la búsqueda de empleo.

Se ha realizado una prueba inicial al grupo, obteniendo resultados muy dispares entre ellos; tanto así que hay alumnos y alumnas, que han obtenido muy buena nota y otros que no lo ha sido tanto, pero se nota en primera instancia que será un grupo con el que se podrá trabajar adecuadamente.

2.- OBJETIVOS

2.1 *Objetivos Generales del Ciclo*

Los objetivos generales de este ciclo formativo son los siguientes:

- a) Analizar y confeccionar los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa, identificando la tipología de los mismos y su finalidad, para gestionarlos.
- 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 de 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) Analizar la información disponible para detectar necesidades relacionadas con la gestión empresarial.
- f) Organizar las tareas administrativas de las áreas funcionales de la empresa para proponer líneas de actuación y mejora.
- g) Identificar las técnicas y parámetros que determinan las empresas para clasificar, registrar y archivar comunicaciones y documentos.
- h) Reconocer la interrelación entre las áreas comercial, financiera, contable y fiscal para gestionar los procesos de gestión empresarial de forma integrada.
- i) Interpretar la normativa y metodología aplicable para realizar la gestión contable y fiscal.
- j) Elaborar informes sobre los parámetros de viabilidad de una empresa, reconocer los productos financieros y los proveedores de los mismos, y analizar los métodos de cálculo financieros para supervisar la gestión de tesorería, la captación de recursos financieros y el estudio de viabilidad de proyectos de inversión.
- k) Preparar la documentación así como las actuaciones que se deben desarrollar, interpretando la política de la empresa para aplicar los procesos administrativos establecidos en la selección, contratación, formación y desarrollo de los recursos humanos.
- l) Reconocer la normativa legal, las técnicas asociadas y los protocolos relacionados con el departamento de recursos humanos, analizando la problemática laboral y la documentación derivada, para organizar y supervisar la gestión administrativa del personal de la empresa.
- m) Identificar la normativa vigente, realizar cálculos, seleccionar datos, cumplimentar documentos y reconocer las técnicas y procedimientos de negociación con proveedores y de asesoramiento a clientes, para realizar la gestión administrativa de los procesos comerciales.
- n) Reconocer las técnicas de atención al cliente/usuario, adecuándolas a cada caso y analizando los protocolos de calidad e imagen empresarial o institucional para desempeñar las actividades relacionadas.
- ñ) Identificar modelos, plazos y requisitos para tramitar y realizar la gestión administrativa en la presentación de documentos en organismos y administraciones públicas.

- o) Analizar y utilizar los recursos y oportunidades de aprendizaje relacionados con la evolución científica, tecnológica y organizativa del sector y las tecnologías de la información y la comunicación, para mantener el espíritu de actualización y adaptarse a nuevas situaciones laborales y personales.
- p) Desarrollar la creatividad y el espíritu de innovación para responder a los retos que se presentan en los procesos y en la organización del trabajo y de la vida personal.
- q) Tomar decisiones de forma fundamentada, analizando las variables implicadas, integrando saberes de distinto ámbito y aceptando los riesgos y la posibilidad de equivocación en las mismas, para afrontar y resolver distintas situaciones, problemas o contingencias.
- r) Desarrollar técnicas de liderazgo, motivación, supervisión y comunicación en contextos de trabajo en grupo, para facilitar la organización y coordinación de equipos de trabajo.
- s) Aplicar estrategias y técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a la finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia en los procesos de comunicación.
- t) Evaluar situaciones de prevención de riesgos laborales y de protección ambiental, proponiendo y aplicando medidas de prevenciones personales y colectivas, de acuerdo con la normativa aplicable en los procesos de trabajo, para garantizar entornos seguros.
- u) Identificar y proponer las acciones profesionales necesarias, para dar respuesta a la accesibilidad universal y al “diseño para todos”.
- v) Identificar y aplicar parámetros de calidad en los trabajos y actividades realizados en el proceso de aprendizaje, para valorar la cultura de la evaluación y de la calidad y ser capaces de supervisar y mejorar procedimientos de gestión de calidad.
- w) Utilizar procedimientos relacionados con la cultura emprendedora, empresarial y de iniciativa profesional, para realizar la gestión básica de una pequeña empresa o emprender un trabajo.
- x) Reconocer sus derechos y deberes como agente activo en la sociedad, teniendo en cuenta el marco legal que regula las condiciones sociales y laborales, para participar como ciudadano democrático.

2.2) Objetivos del Módulo

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

- El análisis y aplicación de técnicas de comunicación oral y escrita.
- El conocimiento y manejo de los principios que rigen las habilidades sociales en la empresa.
- Las técnicas de confección y registro de la información y la documentación de la empresa, utilizando las aplicaciones informáticas más avanzadas
- El análisis de los principios y tendencias en la atención de quejas y el desarrollo del servicio posventa en las organizaciones.
- El conocimiento y valoración de la responsabilidad social corporativa de las organizaciones y su incidencia en la imagen de las mismas.

2.3) Perfil Profesional

El perfil profesional del título de Técnico Superior en Administración y Finanzas 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 organizar y realizar la administración y gestión de personal, de las operaciones económico-financieras y de la información y asesoramiento a clientes o usuarios, tanto en el ámbito público como privado, según el tamaño y actividad de la empresa y organismo y de acuerdo con los objetivos marcados, las normas internas establecidas y la normativa vigente.

2.5) Competencias profesionales

La formación del módulo contribuye a alcanzar las **competencias profesionales**, establecidas para el ciclo formativo del título de *Técnico en Administración y Finanzas*, siguientes:

- Gestionar los procesos de tramitación administrativa empresarial en relación a las áreas comercial, financiera, contable y fiscal, con una visión integradora de las mismas.
- Realizar la gestión administrativa de los procesos comerciales, llevando a cabo las tareas de documentación y las actividades de negociación con proveedores, y de asesoramiento y relación con el cliente.
- Realizar la gestión contable y fiscal de la empresa, según los procesos y procedimientos administrativos, aplicando la normativa vigente y en condiciones de seguridad y calidad.
- Supervisar la gestión de tesorería, la captación de recursos financieros y el estudio de viabilidad de proyectos de inversión, siguiendo las normas y protocolos establecidos.
- Realizar la gestión básica para la creación y funcionamiento de una pequeña empresa y tener iniciativa en su actividad profesional con sentido de la responsabilidad social.

3.- ORGANIZACIÓN Y SECUENCIACIÓN DE CONTENIDOS:

Los contenidos básicos del módulo se distribuyen de la siguiente forma:

1. Técnicas de comunicación institucional y promocional:

- Las organizaciones empresariales. Concepto. Características y tipología de las organizaciones.
- Las funciones en la organización. Dirección, planificación, organización y control.
- Dirección en la empresa. Estilos de mando.
- Los departamentos. Áreas funcionales.
- Organigramas. Concepto y clasificación.
- Las relaciones humanas y laborales en la empresa. Comunicación e información y comportamiento.

- La comunicación interna en la empresa. Comunicación formal e informal.
- La comunicación externa en la empresa.
- Procesos y sistemas de información en las organizaciones.
- Tratamiento de la información. Flujos interdepartamentales.
- Calidad del servicio y atención de demandas.
- La imagen corporativa e institucional en los procesos de información y comunicación en las organizaciones.

2. Las comunicaciones orales presenciales y no presenciales:

- Elementos y etapas de un proceso de comunicación oral.
- Principios básicos en las comunicaciones orales.
- Técnicas y formas de comunicación oral.
- Habilidades sociales y protocolo en la comunicación oral.
- Formas de comunicación oral.
- Barreras de la comunicación verbal y no verbal.
- Adecuación del mensaje al tipo de comunicación y al interlocutor.
- Utilización de técnicas de imagen personal
- Comunicaciones en la recepción de visitas.
- Realización de entrevistas. Fases.
- Realización de presentaciones.
- La comunicación telefónica. La centralita y uso del listín telefónico.
- Componentes de la atención telefónica. Expresiones adecuadas.
- Preparación y realización de llamadas.
- Identificación de los interlocutores.
- La cortesía en las comunicaciones telefónicas.
- Técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones telemáticas.
- Tratamiento de distintas categorías de llamadas.
- La videoconferencia.

3. Elaboración de documentos profesionales escritos:

- La comunicación escrita en la empresa. Normas.
- Estilos de redacción. Estructuras y estilos de redacción en la documentación profesional. Técnicas de comunicación escrita.
- Siglas y abreviaturas.
- Elementos utilizados en la documentación profesional. El sobre. El papel.
- Redacción de documentos profesionales, utilizando tratamientos de textos.
- Herramientas para la corrección de textos.
- Comunicación en las redes (Intra/Internet, blogs, redes sociales, chats y mensajería instantánea, entre otros). La "netiqueta". Publicación de documentos con herramientas de la web 2.0
- Técnicas de transmisión de la imagen corporativa en los escritos.

4. Determinación de los procesos de recepción, registro, distribución y recuperación de la información:

- La recepción, envío y registro de la correspondencia.
- Servicios de correos y agencias o compañías de mensajería, circulación interna de correspondencia y paquetería.
- Procedimientos de seguridad y confidencialidad de la información.
- El proceso de archivo. Técnicas de archivo. Naturaleza. Finalidad del archivo. Sistemas de archivo.
- Archivo de documentos. Clasificación y ordenación de documentos. Normas.
- Clasificación de la información.

- Centralización o descentralización del archivo.
- Custodia y protección del archivo.
- Las bases de datos para el tratamiento de la información.
- El correo electrónico. Partes de un mensaje. Redacción.

5. Técnicas de comunicación relacionadas con la atención al cliente/usuario:

- El cliente. Concepto y tipos. Motivación de compra.
- La atención al cliente en la empresa/organización.
- Canales de comunicación con el cliente.
- El departamento de atención al cliente/consumidor en la empresa. Funciones y organización.
- Documentación implicada en la atención al cliente.
- Sistemas de información y bases de datos. Herramientas.
- Relaciones públicas.
- Procedimientos de obtención y recogida de información.
- Técnicas de atención al cliente. Dificultades y barreras en la comunicación con clientes/usuarios.

6. Gestión de consultas, quejas y reclamaciones:

- El rol del consumidor y/o usuario. Diferencias.
- La protección del consumidor y/o usuario. Derechos y deberes.
- La defensa del consumidor.
- Organismos de protección al consumidor. Instituciones públicas y asociaciones de consumidores
- Reclamaciones y denuncias.
- Mediación, conciliación y arbitraje. Concepto y características.
- Situaciones en las que se origina una mediación, conciliación o arbitraje.

7. Organización del servicio posventa:

- El valor de un producto o servicio para el cliente.
- Actividades posteriores a la venta.
- El proceso posventa y su relación con otros procesos.
- Tipos de servicio posventa.
- La gestión y estándares de la calidad en el proceso del servicio posventa. CRM
- Fases para la gestión de la calidad en el servicio posventa.
- Técnicas y herramientas para la gestión de la calidad. Cualitativas y cuantitativas.
- Fidelización del cliente.

3.1. TEMPORALIZACIÓN (Secuenciación por evaluaciones).

El módulo de Comunicación y Atención al Cliente dispone de 137 horas lectivas para su desarrollo en el aula que se distribuyen en Cinco clases lectivas semanales de una hora de duración, el curso se compone de tres trimestres y la distribución temporal propuesta para impartir las unidades didácticas indicadas es la siguiente:

- Primer Trimestre: (52 horas)
Unidades Didácticas: 1, 2, 3 y 4
- Segundo Trimestre: (horas)
Unidades Didácticas: 5, 6, 7 y 8
- Tercer Trimestre: (horas)
Unidades Didácticas: 9 y 10

Hay que hacer notar que 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 que no queden lagunas y se asienten las bases para adquirir los nuevos conocimientos.

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 el alumnado será el protagonista de su propio aprendizaje.

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

Se promoverá el aprendizaje reflexivo y no memorístico, que incluye la autoevaluación del alumnado con respecto al entorno de trabajo real y que permita atender a la variedad de intereses y niveles de partida del alumnado.

Por ello, tendremos en cuenta lo siguiente:

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

De lo expuesto anteriormente se deduce que se fomentarán trabajos prácticos

Al inicio de cada unidad, se hará una introducción a la misma en la que se recapitularán los conocimientos y aptitudes previos del alumnado a fin de detectar ideas preconcebidas y de despertar un interés hacia el tema. Seguidamente el profesorado 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 alumnado para

que realice un test de repaso, preguntas cortas y resuelva las actividades del final de la unidad, donde comprobará los resultados de aprendizaje. Se harán actividades de apoyo y recapitulación.

Tal y como está regulado el módulo profesional éste se impartirá a razón de 6 horas semanales en tres días, estando repartido en un bloques de dos horas, otro bloque de tres horas y un día de una hora, 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.- Espacios, materiales y recursos didácticos y bibliográficos disponibles y necesarios

a. Materiales.

En el desarrollo de las clases lectivas, se utilizarán los siguientes materiales.

- Tradicionales:
 - Pizarra.
- Informatizados:
 - Cañón.
 - Proyector.
 - Internet.
 - Correo electrónico.
 - Libros digitales.
 - Recursos digitales.
 - Prensa digital.
 - Fotocopias enviadas al correo por la profesora.
 - Calculadora.
 - Webs oficiales de entidades y organismos públicos, entidades financieras bancarias y no bancarias.
 - Programas informáticos: hojas de cálculo, procesador de texto, etc.

b. Recursos didácticos.

- Soporte papel:
 - Libro de texto COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE de Editorial McGraw Hill
 - Documentos de naturaleza jurídica y empresarial.
 - Modelos y documentos reales editados por la Administración.
 - Documentos de entidades bancarias.
 - Fotocopias facilitadas por la profesora.
 - Legislación actual de incidencia en el módulo. Internet.
- Digitales:
 - Correo electrónico.
 - Libros digitales.
 - Recursos digitales.
 - Prensa digital.
 - Fotocopias enviadas al correo por la profesora.
 - Webs oficiales de entidades y organismos públicos y entidades financieras.
 - Simuladores bancarios.

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar funciones relacionadas con las diferentes técnicas de comunicación aplicables en la atención de los clientes, así como con la gestión de sus requerimientos, quejas y reclamaciones. Estas funciones se desarrollarán de acuerdo con las líneas de actuación siguientes:

Actividades profesionales / Funciones	Líneas de actuación en el proceso enseñanza-aprendizaje	Unidades
Desarrollar tareas relacionadas con la comunicación interna y externa y los flujos de información interdepartamentales.	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis y aplicación de técnicas de comunicación oral y escrita. - Conocimiento y valoración de la responsabilidad social corporativa de las organizaciones y su incidencia en la imagen de las mismas. 	1, 6, 7, 8 y 9
Desarrollar habilidades sociales con empleados y clientes en la comunicación oral y escrita	Conocimiento y manejo de los principios que rigen las habilidades sociales en la empresa.	2, 3, 4, 6 y 9
Recibir, registrar, distribuir y recuperar la información dentro de la empresa.	Técnicas de confección y registro de la información y la documentación de la empresa, utilizando las aplicaciones informáticas más avanzadas.	5, 7, 8 y 9
Gestión del servicio de quejas y del servicio posventa.	Análisis de los principios y tendencias en la atención de quejas y el desarrollo del servicio posventa en las organizaciones.	7, 8 y 9

Las unidades programadas recogen con un enfoque interdisciplinar conceptos, técnicas, métodos y procedimientos, relacionados en algunos casos con diferentes disciplinas del campo social o científico, integrándolos en las funciones y procesos del trabajo administrativo marcados por los resultados de aprendizaje del módulo. La relación entre los resultados de aprendizaje del módulo y las unidades definidas es la que se refleja en el siguiente cuadro:

Unidad Resultado de Aprendizaje	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Caracteriza técnicas de comunicación institucional y promocional, distinguiendo entre internas y externas.	√								√
Realiza comunicaciones orales presenciales y no presenciales, aplicando técnicas de comunicación y adaptándolas a la situación y al interlocutor.		√	√			√	√	√	√
Elabora documentos escritos de carácter profesional, aplicando criterios lingüísticos, ortográficos y de estilo.			√	√			√		√
Determina los procesos de recepción, registro, distribución y recuperación de comunicaciones escritas, aplicando criterios específicos de cada una de estas tareas.					√				√
Aplica técnicas de comunicación, identificando las más adecuadas en la relación y atención a los clientes/usuarios.						√	√	√	√
Gestiona consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes, aplicando la normativa vigente.							√		√
Organiza el servicio postventa, relacionándolo con la fidelización del cliente.								√	√

5.- CRITERIOS Y ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN

Se aplicará la **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 que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

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, de tal forma, que pueda valorarse el nivel de conocimientos generales.

Por otra parte, se realizarán tres evaluaciones parciales (1º, 2º y 3º trimestre) y una evaluación final. Si las calificaciones obtenidas en el primer, segundo y tercer trimestre no han llegado al cinco, los alumnos/as tendrán la opción de presentarse a una evaluación final.

En el caso de que los alumnos/as pierdan el derecho a la **evaluación continua**, 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.

Dicha calificación se obtendrá teniendo en cuenta los **Resultados de Aprendizaje** establecidos en la normativa. Para su cálculo, en el módulo de Tratamiento Informático de la información se van a establecer las siguientes ponderaciones sobre cada Resultado de Aprendizaje:

RA	Ponderación
1	15 %
2	15 %
3	15 %
4	15 %
5	15 %
6	15 %
7	10 %
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	10 %
CE d	10 %
CE e	10 %
CE f	10 %
CE g	10 %
CE h	10 %

CEi	10 %
cej	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 %
CEi	10%
cej	10%
Total	100 %

RA 3	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 %
CEi	5%
CEj	5%
CEk	10%
Total	100 %

RA 4	Ponderación
CE a	10 %
CE b	10 %
CE c	10 %
CE d	10 %
CE e	15 %
CE f	10 %
CE g	10 %

CE h	10 %
CEi	5%
CEj	10%
CEk	5%
Total	100 %

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

RA 6	Ponderación
CE a	10 %
CE b	10 %
CE c	10 %
CE d	10 %
CE e	15 %
CE f	10 %
CE g	10 %
CE h	10 %
CEi	5%
CEj	10%
Total	100 %

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

CE h	10 %
CEi	5%
CEj	10%
Total	100 %

5.1 RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN DEL MÓDULO

RA-1. Caracteriza técnicas de comunicación institucional y promocional, distinguiendo entre internas y externas.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los tipos de instituciones empresariales, describiendo sus características jurídicas, funcionales y organizativas.
- b) Se han relacionado las funciones tipo de la organización: dirección, planificación, organización, ejecución y control.
- c) Se han relacionado los distintos estilos de mando de una organización con el clima laboral que generan.
- d) Se ha identificado la estructura organizativa para una asistencia o la prestación de un servicio de calidad.
- e) Se han definido los canales formales de comunicación en la organización a partir de su organigrama.
- f) Se han diferenciado los procesos de comunicación internos formales e informales.
- g) Se ha valorado la influencia de la comunicación informal y las cadenas de rumores en las organizaciones, y su repercusión en las actuaciones del servicio de información prestado.
- h) Se ha relacionado el proceso de demanda de información de acuerdo con el tipo de cliente, interno y externo, que puede intervenir en la misma.
- i) Se ha valorado la importancia de la transmisión de la imagen corporativa de la organización en las comunicaciones formales.
- j) Se han identificado los aspectos más significativos que transmiten la imagen corporativa en las comunicaciones institucionales y promocionales de la organización.

RA-2. Realiza comunicaciones orales presenciales y no presenciales, aplicando técnicas de comunicación y adaptándolas a la situación y al interlocutor.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los elementos y las etapas de un proceso de comunicación.
- b) Se han aplicado las distintas técnicas de comunicación oral presencial y telefónica.

- c) Se ha aplicado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales.
- d) Se ha utilizado el léxico y las expresiones adecuadas al tipo de comunicación y a los interlocutores.
- e) Se han identificado los elementos necesarios para realizar y recibir una llamada telefónica efectiva en sus distintas fases: preparación, presentación-identificación y realización de la misma.
- f) Se han tenido en cuenta las costumbres socioculturales y los usos empresariales y se ha valorado la importancia de la transmisión de la imagen corporativa.
- g) Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y con sensibilidad.
- h) Se han detectado las interferencias que producen las barreras de la comunicación en la comprensión de un mensaje y se han propuesto las acciones correctivas necesarias.
- i) Se han aplicado convenientemente elementos de comunicación no verbal en los mensajes emitidos.
- j) Se han comprobado los errores cometidos y se han propuesto las acciones correctoras necesarias.

RA-3.Elabora documentos escritos de carácter profesional, aplicando criterios lingüísticos, ortográficos y de estilo.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los soportes y los canales para elaborar y transmitir los documentos.
- b) Se han diferenciado los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad y confidencialidad.
- c) Se ha identificado al destinatario, observando las debidas normas de protocolo.
- d) Se han diferenciado las estructuras y estilos de redacción propias de la documentación profesional.
- e) Se ha redactado el documento apropiado, utilizando una estructura, terminología y forma adecuadas, en función de su finalidad y de la situación de partida.
- f) Se han utilizado las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos y autoedición, así como sus herramientas de corrección.
- g) Se han publicado documentos con herramientas de la web 2.0.
- h) Se ha adecuado la documentación escrita al manual de estilo de organizaciones tipo.

- i) Se ha utilizado la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos, establecida para las empresas e instituciones públicas y privadas.
- j) Se han aplicado, en la elaboración de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar y reciclar).
- k) Se han aplicado técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones escritas, valorando su importancia para las organizaciones.

RA-4. Determina los procesos de recepción, registro, distribución y recuperación de comunicaciones escritas, aplicando criterios específicos de cada una de estas tareas.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los medios, procedimientos y criterios más adecuados en la recepción, registro, distribución y transmisión de comunicación escrita a través de los medios telemáticos.
- b) Se han determinado las ventajas e inconvenientes de la utilización de los distintos medios de transmisión de la comunicación escrita.
- c) Se ha seleccionado el medio de transmisión más adecuado en función de los criterios de urgencia, coste y seguridad.
- d) Se han identificado los soportes de archivo y registro más utilizados en función de las características de la información que se va a almacenar.
- e) Se han analizado las técnicas de mantenimiento del archivo de gestión de correspondencia convencional.
- f) Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiado al tipo de documentos.
- g) Se han reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación.
- h) Se han respetado los niveles de protección, seguridad y acceso a la información según la normativa vigente y se han aplicado, en la elaboración y archivo de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).
- i) Se han registrado los correos electrónicos recibidos o emitidos de forma organizada y rigurosa, según técnicas de gestión eficaz.
- j) Se ha realizado la gestión y mantenimiento de libretas de direcciones.
- k) Se ha valorado la importancia de la firma digital en la correspondencia electrónica.

RA-5. Aplica técnicas de comunicación, identificando las más adecuadas en la relación y atención a los clientes/usuarios.

Criterios de evaluación:

- a) Se han aplicado técnicas de comunicación y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente/usuario 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 ha adoptado la actitud más adecuada según el comportamiento del cliente ante diversos tipos de situaciones.
- d) Se han analizado las motivaciones de compra o demanda de un producto o servicio por parte del cliente/usuario.
- e) Se ha obtenido, en su caso, la información histórica del cliente.
- f) Se ha aplicado la forma y actitud adecuadas en la atención y asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado.
- g) Se han analizado y solucionado los errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente/usuario.

RA-6. Gestiona consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes, aplicando la normativa vigente.**Criterios de evaluación:**

- a) Se han descrito las funciones del departamento de atención al cliente en empresas.
- b) Se ha valorado la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos.
- c) Se ha interpretado la comunicación recibida por parte del cliente.
- d) Se han relacionado los elementos de la queja/reclamación con las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/reclamaciones.
- e) Se han diferenciado los tipos de demanda o reclamación.
- f) Se ha gestionado la información que hay que suministrar al cliente.
- g) Se han determinado los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones.
- h) Se han redactado escritos de respuesta, utilizando medios electrónicos u otros canales de comunicación.
- i) Se ha valorado la importancia de la protección del consumidor.
- j) Se ha aplicado la normativa en materia de consumo.

RA-7. Organiza el servicio postventa, relacionándolo con la fidelización del cliente.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha valorado la importancia del servicio posventa en los procesos comerciales.
- b) Se han identificado los elementos que intervienen en la atención posventa.
- c) Se han identificado las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio posventa.
- d) Se han aplicado los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicioposventa y los elementos que intervienen en la fidelización del cliente.
- e) Se han distinguido los momentos o fases que estructuran el proceso de posventa.
- f) Se han utilizado las herramientas de gestión de un servicio posventa.
- g) Se han descrito las fases del procedimiento de relación con los clientes.
- h) Se han descrito los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio.
- i) Se han detectado y solventado los errores producidos en la prestación del servicio.
- j) Se ha aplicado el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas.

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 dominio del Módulo de tal forma, que pueda valorarse el nivel de conocimientos generales. Para este cometido se elaborará una prueba inicial que recogerá cuestiones básicas y generales, sobre el módulo.

Los resultados obtenidos este curso 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 y 3º trimestre) y una evaluación final. Si las calificaciones obtenidas en el primer, segundo y tercer trimestre no han llegado al cinco, los alumnos/as tendrán la opción de presentarse a una evaluación final.

En el caso de que los alumnos/as pierdan el derecho a la **evaluación continua**, 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.**

Se valorará el aprendizaje realizado en tres aspectos: **pruebas, tareas y observación directa**. Para dicho proceso usamos los criterios de evaluación que exponemos a continuación que miden el grado en que se asumen los contenidos y se adquieren las capacidades terminales o competencias profesionales

A) PRUEBAS

- De carácter teórico: pruebas objetivas (verdadero/falso, preguntas tipo test, preguntas corta)
- De carácter práctico: (ejercicios y /o supuestos prácticos, casos reales)

Se realizarán al menos 2 controles por evaluación, al finalizar una o dos unidades didácticas (aproximadamente) para obtener información no solo sobre el progreso de los alumnos/as 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) TAREAS

- En la presentación de ejercicios se valorará la claridad, orden, limpieza y letra legible, así como la corrección ortográfica
- Trabajos y proyectos tanto individuales como en grupo: (simular situaciones, resolver supuestos, debates, intervenciones, exposiciones, compartir información), se valorará la expresión, la utilización del vocabulario....
- La evaluación de las tareas se hará comprobando por parte del profesor/a la entrega de las actividades propuestas, si las ha entregado y/o realizado en la fecha acordada, no puntuándose en caso de que no se hagan o entreguen en dicha fecha

Para calificar las tareas se entenderá que el alumno/a alcanza **el 30% de la calificación** cuando realice todas las actividades, teniendo en cuenta lo expuesto arriba (claridad, limpieza, puntualidad en la entrega....). Se solicitarán las actividades de casa 4 veces al trimestre y se valorará solamente la realización de las mismas independientemente del resultado final.

C) OBSERVACIÓN DIRECTA

El profesor/a valorará la actitud de los alumnos/as en clase, así como el interés hacia el módulo tratado. Esta observación directa se centrará en los siguientes aspectos:

- Todas las tareas tienen un plazo para su realización y entrega, los alumnos/as cuentan con tiempo suficiente para elaborarlas de una manera correcta. A demás durante ese periodo (desde que se pide hasta que lo entregan) el alumno/a podrá preguntar sus dudas al profesor, ya sea en clase o vía correo electrónico. Si la tarea no fuese entregada el día establecido no será recogida y por tanto, no calificada.
- Atención en clase e interés por la materia. Este hecho se tendrá en cuenta si el alumno/a, sigue el hilo de las explicaciones del profesor/a, pregunta dudas, realiza consultas, se preocupa por asimilar los conceptos, etc...
- Participación e intervención en las clases y corrección de ejercicios de forma voluntaria. Es importante que los alumnos/as participen e intervengan en las clases, realizando las aportaciones que consideren oportunas, relacionando las unidades didácticas 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 voluntariedad de mostrar el resultado y confección de las tareas a sus compañeros.
- 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.

El alumno/a tendrá que haber obtenido como mínimo un 5 de nota media en los controles y/o exámenes para que se les puntúen las actividades y ejercicios de clase y casa y de observación directa respectivamente.

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. En este caso se examinarán en mayo la nota será el 100% que saquen en el examen.

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

INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

Las técnicas de evaluación, de la misma manera que las técnicas de enseñanza, deben ser lo más variadas posibles para que permitan contemplar el aprendizaje de los alumnos en todas sus vertientes. Las propias actividades de enseñanza constituyen un instrumentos que nos

permite ir evaluando el proceso de aprendizaje a través de la observación sistemática, cuyos resultados se irán plasmando en fichas individuales de los alumnos.

Podemos establecer una clasificación de los instrumentos de evaluación:

- Pruebas objetivas: se utilizan principalmente para la evaluación de los contenidos conceptuales. Consistirán fundamentalmente en pruebas escritas, seleccionándolas en función de la unidad didáctica correspondiente. Pueden ser:
 - Test y preguntas de respuesta corta, que permitan una valoración sobre el dominio de la terminología y la comprensión y aplicación de los contenidos.
 - Elaboración de mapas conceptuales, para valorar la capacidad de los alumnos de sintetizar y relacionar los contenidos.
 - Pruebas de definición de conceptos, pedir al alumno que defina un concepto, atendiendo especialmente al uso que hace de sus propias palabras.
 - Aportación de ejemplos, pedir al alumno que identifique ejemplos o situaciones relacionadas con un concepto, para comprobar la comprensión del mismo.
 - Aplicación a la solución de problemas, presentar al alumno situaciones-problemas cuya solución requiera la activación de un concepto antes aprendido.
 - Etcétera.

Estas técnicas también pueden utilizarse en la evaluación de contenidos procedimentales, pues puede preguntarse al alumno sobre qué acciones componen un determinado proceso, cómo deben sucederse o el uso y aplicación de este conocimiento a situaciones particulares.

- Tareas: estos instrumentos están destinados a la evaluación de los contenidos procedimentales:
 - Actividades de enseñanza-aprendizaje propuestas en clase.
 - Pruebas de asimilación de contenidos en un supuesto en concreto.
 - Ante una situación problemática, ser capaz de utilizar el procedimiento adecuado o desechar los inadecuados, observando que se identifican las distintas fases a seguir en el desarrollo del procedimiento.
 - Elaboración de trabajos monográficos e informes, observando si los trabajos presentados reflejan un orden y claridad suficientes, si se manifiesta una comprensión del tema, se utiliza vocabulario específico y una apropiada expresión escrita, e incluso si la búsqueda de fuentes de información y los datos se utilizan con rigor y coherencia.
 - Prueba de exposición temática, ya sea oral o escrita, observan la capacidad de comunicación del alumno/a.

- Comentarios de texto: permiten valorar la capacidad del alumno para analizar y comprender un texto y sintetizar la información en él contenida.
- Etcétera.

- Observación: con ella podemos valorar el grado de adquisición de los procedimientos pero, sobre todo, de las actitudes. Es relativamente fácil comprobar si los alumnos conocen y han comprendido en qué consiste la actitud, valor o norma de que se trate. Sin embargo resulta más complicado tener la certeza de que la han interiorizado, y aún más, asegurar que lo aprendido va a suponer un cambio de comportamiento en el futuro. Para ello, es necesario provocar situaciones en las que las actitudes tengan oportunidad de manifestarse.

Utilizaremos la observación en situaciones naturales o en actividades de enseñanza aprendizaje intencionalmente diseñadas para observar lo que se pretende.

Esta observación sobre el trabajo de los alumnos nos servirá para obtener información sobre las actitudes y hábitos de trabajo, su interés y curiosidad, su organización y planificación en tareas de grupo, la claridad y corrección al argumentar sus opiniones, el respeto hacia las de otros compañeros, etc.

TIPOLOGÍA DE ACTIVIDADES

Las actividades nos van a permitir desarrollar las diferentes estrategias didácticas que hemos propuesto anteriormente. Al establecer la metodología a seguir, hay que decidir qué actividades vamos a realizar y el modo de organizarlas y secuenciarlas. La correcta realización de las actividades permitirá a los alumnos el logro de los objetivos propuestos en cada unidad didáctica.

Durante el desarrollo de cada unidad didáctica llevaremos a cabo la siguiente tipología de actividades:

- Actividades de introducción-motivación: con la finalidad de introducir a los alumnos en el objeto de estudio que nos ocupa.
- Actividades de conocimientos previos: son las que realizamos para obtener información acerca de qué saben los alumnos/as sobre el tema a tratar, por tanto, están orientadas a conocer las ideas, opiniones e intereses del alumnado sobre los contenidos que vamos a desarrollar.
- Actividades de desarrollo: permiten el aprendizaje de conceptos, procedimientos, actitudes y la comunicación a los demás de la labor realizada.

- Actividades de consolidación: en las cuales los alumnos contrastan las nuevas ideas con las previas y aplican los nuevos aprendizajes.

En nuestro caso, esta estructura se articula mediante la realización, en los diversos apartados de las unidades didácticas, de actividades de introducción-motivación, conocimientos previos y desarrollo. Al final de cada unidad realizamos un test de repaso y una batería de actividades que contribuyen a la consolidación del aprendizaje.

Dado que no todos los alumnos tienen el mismo ritmo de trabajo ni la misma capacidad de aprendizaje, por ello debemos diseñar actividades atendiendo a las características individuales de los alumnos de forma que podamos atender a la diversidad del grupo-clase:

- Si se aprecia la existencia de alumnos que, por cualquier razón (estudio previo del tema en otro ciclo formativo, estudios universitarios, experiencia laboral previa, etc.) tengan un ritmo más acelerado de aprendizaje y hubieran cumplido los objetivos antes que el resto del grupo, se les plantearán actividades de profundización o ampliación que requieran un mayor rigor técnico sobre la materia. Permitirán construir nuevos conocimientos a los alumnos que han realizado de forma satisfactoria las actividades de desarrollo. Pueden ser:
 - Análisis y comentarios de texto relacionados con los contenidos de la unidad.
 - Realización de trabajos de investigación, de forma individual o en grupo, sobre los que elaborarán un informe que posteriormente expondrán en clase.
- Si se apreciara la existencia de alumnos con posibles dificultades de aprendizaje se les plantearán actividades de refuerzo y recuperación que insistan en los contenidos mínimos.

A través de estas estrategias y actividades no solo pretendemos la consecución de los objetivos del módulo de Comunicación y Atención al Cliente, sino que pretendemos contribuir a la interrelación con otros objetivos del ciclo.

Organización y trabajo en el aula

La organización del trabajo hace referencia a dos variables fundamentales: el espacio y el tiempo. Y las decisiones sobre estas variables dependerán, en gran medida, de las actividades a desarrollar.

El método a desarrollar en cada momento va a exigir formas concretas de organización del trabajo en el aula. Los métodos expositivos requerirán, por lo general, una disposición de los alumnos en gran grupo. Esta disposición espacial debe posibilitar el acceso de todos los componentes del grupo a los recursos didácticos utilizados y favorecer el intercambio de opiniones e ideas en el aula, debemos distribuirnos facilitando la interacción de todos los individuos del grupo.

Las estrategias metodológicas de indagación precisarán la distribución en pequeños grupos. La variedad de técnicas de trabajo grupal (Phillips 6/6, dinámicas de grupo, simulación de entrevistas, *role-play* o dramatización...) que podemos poner en práctica requerirá, en cada situación, de una distribución diferente.

Por su parte, la organización del tiempo se debe hacer de forma que se adecúe a los distintos ritmos de aprendizaje de los alumnos, evitando situaciones de aburrimiento o desmotivación, o la sensación de ir muy deprisa en la explicación. Para ello, es necesario generar un clima de interés por la materia que favorezca el aprendizaje en todo momento.

5.3. ACTIVIDADES DE RECUPERACIÓN

Se considerará que el alumno/a promociona si alcanza una nota media, obtenida según el apartado anterior igual o superior a 5 puntos

El alumnado tendrá derecho a una recuperación, al final del trimestre, (o principio del siguiente trimestre) en el caso de que el alumno/ no haya obtenido de media, al menos 5 puntos

La nota final del curso se obtendrá como media de las obtenidas en cada evaluación

Dado el carácter continuo de la evaluación, la recuperación de las unidades didácticas por aquellos alumnos/as que no hayan alcanzado los mínimos exigibles consistirán en la realización y entrega por parte del alumnado de los trabajos y actividades realizadas durante la evaluación (si en su día no las realizó), así como de otras actividades específicas de recuperación y la realización de una prueba específica de recuperación, aplicándose los mismos valores porcentuales a los indicadores mencionados en el apartado anterior. Se pondrá, no obstante, (y se valorará positivamente) el especial interés en los niveles de esfuerzo y participación desarrollados por el alumno/a así como su adecuada evolución a lo largo del curso.

La observación constante por parte del profesor/a es fundamental, tanto para comprobar el grado de enseñanza-aprendizaje, nivel de interés de conceptualización...

En junio, si el alumno/a ha suspendido el módulo, podrá recuperarlo (desde finales de mayo hasta el 20 de junio aproximadamente). En este caso, deberá presentar, si así se indica, antes de acceder a la prueba o evaluación final los trabajos que se señalen así como tareas de recuperación antes de celebrarse la mencionada evaluación. En dichas actividades se evaluarán los siguientes aspectos:

- Que el alumno/a presente totalmente acabadas y resueltas las actividades que se le señalen
- Limpieza y pulcritud a la hora de presentar los trabajos escritos

- La correcta solución de los trabajos y actividades señaladas

Las pruebas específicas de evaluación final consistirán en un ejercicio escrito (preguntas cortas, preguntas largas, cuestiones de verdadero o falso, tipo test y cualquier otra que el profesorado considere conveniente) y ejercicios prácticos en donde se buscará el nivel de logro de los contenidos y objetivos mínimos del módulo

6.- ELEMENTOS CURRICULARES DE CADA UNIDAD DIDÁCTICA:

A. UD 1. LAS ORGANIZACIONES EMPRESARIALES

B. TEMPORALIZACIÓN

El tiempo estimado para el desarrollo de esta unidad es de 10 horas lectivas.

C. OBJETIVOS

- Distinción de los tipos de instituciones empresariales que existen.
- Determinación de las características jurídicas, funcionales y organizativas de cada tipo de organización.
- Definición de los departamentos de una organización.
- Elaboración de organigramas.
- Uso de los distintos métodos existentes para la toma de decisiones.
- Aplicación de los principios para crear una imagen corporativa.
- Comprensión de las funciones tipo de la organización: dirección, planificación, organización, ejecución y control.
- Interpretación de los distintos estilos de mando de una organización.

D. CONTENIDOS

- La empresa como organización.
- Tipos de organizaciones empresariales.
 - Clasificación jurídica
 - Clasificación según la estructura organizacional.
- Funciones en la organización: planificación, dirección, organización y control.
- Departamentos en la empresa. Los organigramas.
 - Concepto y tipos de departamentos.
 - Los organigramas: concepto, características y clases.
- La toma de decisiones.
 - Tipos de decisiones.
 - El proceso de toma de decisiones.
 - La toma de decisiones en grupo.

- Identidad e imagen corporativa.
 - Identidad corporativa.
 - Imagen corporativa.
 - Marca.
 - Identidad Visual Corporativa (IVC)

E. OBJETIVOS MÍNIMOS

- Constatación de la importancia de una adecuada estructura organizativa para llevar a cabo una prestación de servicios de calidad.
- Participación con interés y agrado en los trabajos en común y en los debates que se realicen en el aula.
- Predisposición a la consulta de la normativa legal y a su utilización.
- Reflexión sobre la relación que existe entre la estructura organizacional, el proceso de toma de decisiones y los estilos de mando en una organización empresarial.
- Valoración sobre la influencia positiva que tiene la construcción de una imagen corporativa.

F. Criterios de evaluación

- a) Se han identificado los tipos de instituciones empresariales, describiendo sus características jurídicas, funcionales y organizativas.
- b) Se han relacionado las funciones tipo de la organización: dirección, planificación, organización, ejecución y control.
- c) Se ha identificado la estructura organizativa para una asistencia o la prestación de un servicio de calidad.
- d) Se han relacionado los distintos estilos de mando de una organización con el clima laboral que generan.
- e) Se han definido los canales formales de comunicación en la organización a partir de su organigrama.
- f) Se han diferenciado los procesos de comunicación internos formales e informales.
- g) Se ha valorado la influencia de la comunicación informal y las cadenas de rumores en las organizaciones, y su repercusión en las actuaciones del servicio de información prestado.
- h) Se ha relacionado el proceso de demanda de información de acuerdo con el tipo de cliente, interno y externo, que puede intervenir en la misma.
- i) Se ha valorado la importancia de la transmisión de la imagen corporativa de la organización en las comunicaciones formales.
- j) Se han identificado los aspectos más significativos que transmiten la imagen corporativa en las comunicaciones institucionales y promocionales de la organización.

A. UD 2. EL PROCESO DE COMUNICACIÓN

B. TEMPORALIZACIÓN

El tiempo estimado para el desarrollo de esta unidad es de 14 horas lectivas.

C. OBJETIVOS

- Identificación de los elementos y etapas de un proceso de comunicación.
- Análisis de las distintas barreras que pueden interferir en la comunicación.
- Elección de una alternativa válida para solucionar los problemas en la comunicación.
- Diferenciación, en casos prácticos, entre comunicarse y transmitir información.

D. CONTENIDOS

- Elementos que intervienen en el proceso de comunicación.
 - El emisor.
 - El receptor.
 - El mensaje.
 - El canal.
 - El código.
 - El contexto.
 - El *feedback* o retroalimentación.
- Barreras a la comunicación.
- Soluciones a las barreras de la comunicación.
- Diferencias entre comunicación e información.

E. OBJETIVOS MÍNIMOS

- Valoración de la importancia de mantener una actitud positiva ante un proceso de comunicación.
- Interés por la eliminación de las barreras a la comunicación.
- Reconocimiento de la importancia de diferenciar entre comunicación e información.
- Participación con interés y agrado en los trabajos en común y en los debates que se realicen en el aula.

F. Criterios de evaluación

- a) Se han identificado los elementos y las etapas de un proceso de comunicación.
- b) Se han aplicado las distintas técnicas de comunicación oral presencial y telefónica.
- c) Se ha aplicado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales.

- d) Se han identificado los elementos necesarios para realizar y recibir una llamada telefónica efectiva en sus distintas fases: preparación, presentación-identificación y realización de la misma.
- e) Se han tenido en cuenta las costumbres socioculturales y los usos empresariales y se ha valorado la importancia de la transmisión de la imagen corporativa.
- f) Se han detectado las interferencias que producen las barreras de la comunicación en la comprensión de un mensaje y se han propuesto las acciones correctivas necesarias.
- g) Se ha utilizado el léxico y las expresiones adecuadas al tipo de comunicación y a los interlocutores.
- h) Se han aplicado convenientemente elementos de comunicación no verbal en los mensajes emitidos.
- i) Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y con sensibilidad.
- j) Se han comprobado los errores cometidos y se han propuesto las acciones correctoras necesarias.

A. UD3. LA COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA

B. TEMPORALIZACIÓN

El tiempo estimado para el desarrollo de esta unidad es de 14 horas lectivas.

C. OBJETIVOS

- Definición de los canales de comunicación en la organización.
- Diferenciación de los procesos de comunicación organizacionales en formales e informales.
- Utilización de los recursos adecuados para la comunicación interna: vertical, horizontal y diagonal.
- Realización del proceso de demanda de información de acuerdo con el tipo de cliente interno o externo.
- Identificación de los aspectos que transmiten la identidad corporativa en las comunicaciones institucionales y promocionales de la organización.
- Comprensión de los elementos básicos de la comunicación de crisis.

D. CONTENIDOS

- La comunicación en la empresa. Tipos.
- La comunicación interna.
 - La comunicación vertical.

- La comunicación horizontal.
- La comunicación diagonal.
- Las reuniones de trabajo.
- La comunicación externa.
 - Tipos de comunicación externa según el contenido del mensaje.
 - Tipos de público de la comunicación externa.
 - Las relaciones públicas.
 - La publicidad.
- La comunicación de crisis.
 - Cómo actuar ante una crisis.
 - Principios de la comunicación de crisis.
- Redes de comunicación.
 - Redes de comunicación formal.
 - Redes de comunicación informal.
- La comunicación como generadora de comportamientos.
 - Actitudes relacionadas con la comunicación dentro de la organización.
 - Factores a tener en cuenta para facilitar la comunicación asertiva.

E. OBJETIVOS MÍNIMOS

- Valoración de la importancia de la transmisión de la identidad corporativa de la organización.
- Evaluación de la influencia de los canales de comunicación informal y las cadenas de rumores en las organizaciones.
- Análisis de la importancia del control de los rumores en una organización.
- Apreciación de la importancia de la comunicación como generadora de comportamientos
- Comprobar la importancia de una buena gestión de la comunicación en caso de crisis.

F. Criterios de evaluación

- a) Se han identificado los soportes y los canales para elaborar y transmitir los documentos.
- b) Se han diferenciado los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad y confidencialidad.
- c) Se ha identificado al destinatario, observando las debidas normas de protocolo.
- d) Se han diferenciado las estructuras y estilos de redacción propias de la documentación profesional.
- e) Se ha redactado el documento apropiado, utilizando una estructura, terminología y forma adecuadas, en función de su finalidad y de la situación de partida.
- f) Se han utilizado las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos y autoedición, así como sus herramientas de corrección.
- g) Se han publicado documentos con herramientas de la web 2.0.
- h) Se ha adecuado la documentación escrita al manual de estilo de organizaciones tipo.

- i) Se ha utilizado la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos, establecida para las empresas e instituciones públicas y privadas.
- j) Se han aplicado, en la elaboración de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar y reciclar).
- k) Se han aplicado técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones escritas, valorando su importancia para las organizaciones.
- a) Se han identificado los medios, procedimientos y criterios más adecuados en la recepción, registro, distribución y transmisión de comunicación escrita a través de los medios telemáticos.
- b) Se han determinado las ventajas e inconvenientes de la utilización de los distintos medios de transmisión de la comunicación escrita.
- c) Se ha seleccionado el medio de transmisión más adecuado en función de los criterios de urgencia, coste y seguridad.
- d) Se han identificado los soportes de archivo y registro más utilizados en función de las características de la información que se va a almacenar.
- e) Se han analizado las técnicas de mantenimiento del archivo de gestión de correspondencia convencional.
- f) Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiado al tipo de documentos.
- g) Se han reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación.
- h) Se han respetado los niveles de protección, seguridad y acceso a la información según la normativa vigente y se han aplicado, en la elaboración y archivo de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).
- i) Se han registrado los correos electrónicos recibidos o emitidos de forma organizada y rigurosa, según técnicas de gestión eficaz.
- j) Se ha realizado la gestión y mantenimiento de libretas de direcciones.
- k) Se ha valorado la importancia de la firma digital en la correspondencia electrónica.

A. UD4. LA COMUNICACIÓN NO VERBAL

B. TEMPORALIZACIÓN

El tiempo estimado para el desarrollo de esta unidad es de 14 horas lectivas.

C. OBJETIVOS

- Desarrollo de la comunicación no verbal como otra forma de comunicación.
- Diferenciación entre los conceptos de kinesia, paralingüística y proxémica.
- Análisis de las funciones que tiene la comunicación no verbal.
- Aplicación de la imagen personal en la comunicación.

D. CONTENIDOS

- La comunicación no verbal.
 - Partes en la comunicación no verbal.
 - Los actos no verbales.
 - Tipos de actos no verbales.
- Factores asociados al lenguaje no verbal.
 - La paralingüística.
 - La kinesia.
 - La proxémica.
 - La imagen personal.
- Funciones de la comunicación no verbal

E. OBJETIVOS MÍNIMOS

- Valoración de la importancia que tienen aspectos como los tonos, la rapidez al hablar, las miradas, etc. en el proceso comunicacional.
- Reconocimiento de la importancia que tiene la imagen personal.
- Participación con interés y agrado en los trabajos en común y en los debates que se realicen en el aula.

F. Criterios de evaluación

- a) Se han identificado los soportes y los canales para elaborar y transmitir los documentos.
 - b) Se han diferenciado los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad y confidencialidad.
 - c) Se ha identificado al destinatario, observando las debidas normas de protocolo.
 - d) Se han diferenciado las estructuras y estilos de redacción propias de la documentación profesional.
 - e) Se ha redactado el documento apropiado, utilizando una estructura, terminología y forma adecuadas, en función de su finalidad y de la situación de partida.
 - f) Se han utilizado las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos y autoedición, así como sus herramientas de corrección.
 - g) Se han publicado documentos con herramientas de la web 2.0.
 - h) Se ha adecuado la documentación escrita al manual de estilo de organizaciones tipo.
 - i) Se ha utilizado la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos, establecida para las empresas e instituciones públicas y privadas.
 - j) Se han aplicado, en la elaboración de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar y reciclar).
 - k) Se han aplicado técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones escritas, valorando su importancia para las organizaciones.
- a) Se han identificado los medios, procedimientos y criterios más adecuados en la recepción, registro, distribución y transmisión de comunicación escrita a través de los medios telemáticos.

- b) Se han determinado las ventajas e inconvenientes de la utilización de los distintos medios de transmisión de la comunicación escrita.
- c) Se ha seleccionado el medio de transmisión más adecuado en función de los criterios de urgencia, coste y seguridad.
- d) Se han identificado los soportes de archivo y registro más utilizados en función de las características de la información que se va a almacenar.
- e) Se han analizado las técnicas de mantenimiento del archivo de gestión de correspondencia convencional.
- f) Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiado al tipo de documentos.
- g) Se han reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación.
- h) Se han respetado los niveles de protección, seguridad y acceso a la información según la normativa vigente y se han aplicado, en la elaboración y archivo de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).
- i) Se han registrado los correos electrónicos recibidos o emitidos de forma organizada y rigurosa, según técnicas de gestión eficaz.
- j) Se ha realizado la gestión y mantenimiento de libretas de direcciones.
- k) Se ha valorado la importancia de la firma digital en la correspondencia electrónica.

A. UD5. LA COMUNICACIÓN ORAL

B. TEMPORALIZACIÓN

El tiempo estimado para el desarrollo de esta unidad es de 15 horas lectivas.

C. OBJETIVOS

- Identificación de los elementos de la comunicación no verbal en los mensajes emitidos.
- Reconocimiento de las distintas formas de comunicación oral que existen.
- Realización de la comunicación con claridad, precisión, cortesía, respeto y sensibilidad.
- Análisis los errores más comunes que se producen en la comunicación oral.

D. CONTENIDOS

- La expresión oral.
 - Requisitos y características.
 - Elaborar un mensaje oral.
 - Formas de comunicación oral.
- Escuchar para comunicarnos mejor.
 - Atención y escucha activa.

- Mostrar empatía.
- Saber preguntar.
- Mejorar la retroalimentación o *feedback*.
- Estrategias para conseguir la atención del receptor.
- Técnicas de comunicación asertiva.

E. OBJETIVOS MÍNIMOS

- Valorar la importancia de la comunicación no verbal.
- Reconocer la importancia de la preparación de los mensajes orales.
- Emplear la cortesía, el respeto y la sensibilidad en las comunicaciones orales.
- Valorar la escucha como elemento clave de la buena comunicación.

F. Criterios de evaluación

- A. a) Se han aplicado técnicas de comunicación y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente/usuario en situaciones de atención/asesoramiento al mismo.
- B. b) Se han identificado las fases que componen el proceso de atención al cliente/consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación.
- C. c) Se ha adoptado la actitud más adecuada según el comportamiento del cliente ante diversos tipos de situaciones.
- D. d) Se han analizado las motivaciones de compra o demanda de un producto o servicio por parte del cliente/usuario.
- E. e) Se ha obtenido, en su caso, la información histórica del cliente.
- F. f) Se ha aplicado la forma y actitud adecuadas en la atención y asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado.
- G. g) Se han analizado y solucionado los errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente/usuario.

UD6. LA COMUNICACIÓN TELEFÓNICA

B- TEMPORALIZACIÓN

El tiempo estimado para el desarrollo de esta unidad es de 13 horas lectivas.

C- OBJETIVOS

- Distinción entre los distintos dispositivos posibles y acercamiento a las diferentes posibilidades de negocio de la telefonía.
- Análisis de los diversos servicios ofrecidos a través de los medios telefónicos.
- Realización y recepción de llamadas telefónicas de forma efectiva y corporativa.
- Aplicación correcta de las técnicas de comunicación verbal y no verbal.
- Utilización del teléfono como herramienta para fines comerciales y de marketing.

D- CONTENIDOS

- La comunicación telefónica.
- Medios y equipos telefónicos.
 - Dispositivos individuales de telefonía fija.
 - Centralitas.
 - Dispositivos de telefonía móvil.
- Servicios suplementarios que ofrecen los equipos de telefonía.
 - Prestaciones habituales.
 - Servicios relacionados con la facturación.
 - Servicios relacionados con las empresas.
- Reglas para una buena comunicación telefónica.
 - Reglas básicas.
 - Reglas para contestar una llamada.
 - Reglas para llamar por teléfono.
 - Habilidades para actuar de filtro.
 - Habilidades para atender las quejas por teléfono.
 - Búsqueda de empleo a través del teléfono.
- El telemarketing.
 - Aplicaciones del telemarketing.
 - Ventajas e inconvenientes del telemarketing.
 - Habilidades para desarrollar un telemarketing profesional.

E- OBJETIVOS MÍNIMOS

- Valoración de la importancia de la comunicación telefónica en la empresa.
- Reconocimiento de las prestaciones más habituales de la telefonía fija, móvil y a través de centralitas telefónicas.

- Comprensión de la importancia de seguir las reglas para lograr una buena comunicación telefónica.
- Participación activa y dinámica en las actividades.

F. Criterios de evaluación

- a) Se han descrito las funciones del departamento de atención al cliente en empresas.
- b) Se ha valorado la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos.
- c) Se ha interpretado la comunicación recibida por parte del cliente.
- d) Se han relacionado los elementos de la queja/reclamación con las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/reclamaciones.
- e) Se han diferenciado los tipos de demanda o reclamación.
- f) Se ha gestionado la información que hay que suministrar al cliente.
- g) Se han determinado los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones.
- h) Se han redactado escritos de respuesta, utilizando medios electrónicos u otros canales de comunicación.
- i) Se ha valorado la importancia de la protección del consumidor.
- j) Se ha aplicado la normativa en materia de consumo.

A. UD7. LA COMUNICACIÓN ESCRITA EN LA EMPRESA

B. TEMPORALIZACIÓN

El tiempo estimado para el desarrollo de esta unidad es de 15 horas lectivas.

C. OBJETIVOS

- Descripción de los elementos y recursos básicos de la expresión escrita.
- Selección de los soportes y canales adecuados para elaborar y transmitir documentos.
- Aplicación en la documentación de las técnicas 3R: reducir, reutilizar, reciclar.
- Diferenciación de las estructuras y estilos de redacción propios de la documentación profesional.
- Redacción del documento adecuado en estructura, terminología y forma, según su finalidad y la situación de partida.
- Aplicación de técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones escritas, valorando su importancia.
- Redacción de correos electrónicos siguiendo el protocolo específico o netiqueta.

D. CONTENIDOS

- La comunicación escrita.
 - Etapas para elaborar un texto escrito.
 - Principios de la comunicación escrita.
- Producir o reproducir documentos.
 - Las tres R: reciclar, reducir y reutilizar.
- Modelos de documentos escritos en la empresa.

- La carta comercial.
- Documentos mercantiles.
- Documentos internos.
- Textos de promoción. El mensaje publicitario.
- El informe.
- El correo electrónico. La netiqueta.
 - La netiqueta.

E. OBJETIVOS MÍNIMOS

- Toma de conciencia sobre los elementos básicos de la comunicación escrita y su importancia.
- Valoración de la aplicación de las técnicas 3R en la producción y reproducción de documentos.
- Comprensión de la necesidad del uso de modelos de documentos escritos en la empresa.
- Participación activa en los debates y actividades en grupo.

F. Criterios de evaluación

- a) Se ha valorado la importancia del servicio posventa en los procesos comerciales.
- b) Se han identificado los elementos que intervienen en la atención posventa.
- c) Se han identificado las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio posventa.
- d) Se han aplicado los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio posventa y los elementos que intervienen en la fidelización del cliente.
- e) Se han distinguido los momentos o fases que estructuran el proceso de posventa.
- f) Se han utilizado las herramientas de gestión de un servicio posventa.
- g) Se han descrito las fases del procedimiento de relación con los clientes.
- h) Se han descrito los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio.
- i) Se han detectado y solventado los errores producidos en la prestación del servicio.
- j) Se ha aplicado el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas.

A. UD 8. EL DEPARTAMENTO DE ATENCIÓN AL CLIENTE

B. TEMPORALIZACIÓN

El tiempo estimado para el desarrollo de esta unidad es de 12 horas lectivas.

C. OBJETIVOS

- Análisis de los principios de la atención al cliente.

- Identificación de las características y funciones del departamento de atención al cliente.
- Conocimiento de las distintas fases de la atención al cliente.
- Diferenciación de los tipos de demanda o reclamación.
- Gestión de la información que hay que suministrar al cliente.
- Interpretación de la comunicación recibida por parte del cliente.
- Relación de los elementos de la queja/reclamación con las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/reclamaciones.
- Determinación de los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones.
- Redacción de escritos de respuesta utilizando para ello medios electrónicos u otros canales de comunicación.
- Aplicación de la normativa vigente en materia de consumo.

D. CONTENIDOS

- El departamento de atención al cliente.
 - Principios de la atención al cliente.
 - El departamento de atención al cliente.
- Fases en el proceso de atención al cliente.
- Procedimientos de resolución de quejas y reclamaciones.
- La comunicación de los elementos básicos del procedimiento para interponer quejas y reclamaciones.
- Aplicación de la normativa en la resolución de quejas y reclamaciones.

E. OBJETIVOS MÍNIMOS

- Valoración de la importancia de la atención al cliente para la empresa.
- Reconocimiento de la necesidad de adoptar una actitud proactiva para anticiparse a las posibles incidencias en los procesos.
- Percepción de la trascendencia de la protección del consumidor.
- Reflexión sobre la relación entre el procedimiento de quejas y reclamaciones y los principios de una buena comunicación oral o escrita.
- Toma de conciencia acerca de la necesidad de aplicar la normativa de protección de los consumidores y usuarios.

F. Criterios de evaluación

- a) Se ha valorado la importancia del servicio posventa en los procesos comerciales.
- b) Se han identificado los elementos que intervienen en la atención posventa.
- c) Se han identificado las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio posventa.

- d) Se han aplicado los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio posventa y los elementos que intervienen en la fidelización del cliente.
- e) Se han distinguido los momentos o fases que estructuran el proceso de posventa.
- f) Se han utilizado las herramientas de gestión de un servicio posventa.
- g) Se han descrito las fases del procedimiento de relación con los clientes.
- h) Se han descrito los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio.
- i) Se han detectado y solventado los errores producidos en la prestación del servicio.
- j) Se ha aplicado el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas.

A. UD9. ELSERVICIO POSVENTA

B. TEMPORALIZACIÓN

- C. El tiempo estimado para el desarrollo de esta unidad es de 15 horas lectivas.

D. OBJETIVOS

- Definición del servicio posventa y su estructura dentro de la organización.
- Conocimiento de los servicios posventa que pueden ofrecer las empresas.
- Establecimiento de la relación entre el ciclo de vida del producto o servicio y el servicio posventa.
- Reconocimiento de las acciones que ha de emprender una empresa y las herramientas adecuadas para gestionar la calidad del servicio posventa.
- Detección y solución de errores en el servicio posventa.
- Conocimiento de las herramientas que puede usar el servicio posventa.

E. CONTENIDOS

- El servicio posventa.
 - Tipos de servicio posventa.
- Relación del servicio posventa con otros procesos dentro de la empresa.
 - El servicio posventa y su relación con la calidad.
- Gestión de la calidad y servicio posventa.
 - Acciones para gestionar la calidad en el proceso del servicio posventa.
- Técnicas y herramientas para la gestión de la calidad.
- Estructuración del servicio posventa.
 - Estructura de un servicio posventa.
- Herramientas de gestión de un servicio posventa.

F. OBJETIVOS MÍNIMOS

- Valorar la importancia que tiene para una empresa ofrecer un servicio posventa a sus clientes.
- Toma de conciencia sobre la necesidad de una gestión de la calidad en el servicio posventa.
- Ponderación de los efectos positivos que tiene la estructuración del servicio.
- Participación activa en las actividades.

F. Criterios de evaluación

- a) Se ha valorado la importancia del servicio posventa en los procesos comerciales.
- b) Se han identificado los elementos que intervienen en la atención posventa.
- c) Se han identificado las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio posventa.
- d) Se han aplicado los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio posventa y los elementos que intervienen en la fidelización del cliente.
- e) Se han distinguido los momentos o fases que estructuran el proceso de posventa.
- f) Se han utilizado las herramientas de gestión de un servicio posventa.
- g) Se han descrito las fases del procedimiento de relación con los clientes.
- h) Se han descrito los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio.
- i) Se han detectado y solventado los errores producidos en la prestación del servicio.
- j) Se ha aplicado el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas.

A. UD 10. EL TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

B. TEMPORALIZACIÓN

El tiempo estimado para el desarrollo de esta unidad es de 15 horas lectivas.

C. OBJETIVOS

- Identificación de los medios más adecuados para desarrollar la comunicación escrita a través de los medios telemáticos.
- Reconocimiento de las medidas de seguridad en la información.
- Definición del concepto de archivo y sus funciones.
- Aplicación práctica de los sistemas de clasificación de la información: alfabética, numérica, cronológica, geográfica y temática.
- Digitalización de datos.

D. CONTENIDOS

- Tratamiento de la información.
 - Búsqueda de información.
 - Clasificación de la información.
 - Selección de la información.
 - Interpretación y presentación de la información.
 - Seguridad de la información.
- El archivo.
 - Sistemas de archivo.

- Soportes de archivo.

E. OBJETIVOS MÍNIMOS

- Toma de conciencia sobre la necesidad de implementar medidas de seguridad en la información.
- Valoración de las ventajas y los inconvenientes de los diferentes soportes posibles de archivo.
- Reflexión sobre los cambios en la organización derivados de la digitalización de los datos.
- Participación activa en actividades de clase y debates.

F. Criterios de evaluación

- a) Se han identificado los medios, procedimientos y criterios más adecuados en la recepción, registro, distribución y transmisión de comunicación escrita a través de los medios telemáticos.
- b) Se han determinado las ventajas e inconvenientes de la utilización de los distintos medios de transmisión de la comunicación escrita.
- c) Se ha seleccionado el medio de transmisión más adecuado en función de los criterios de urgencia, coste y seguridad.
- d) Se han identificado los soportes de archivo y registro más utilizados en función de las características de la información que se va a almacenar.
- e) Se han analizado las técnicas de mantenimiento del archivo de gestión de correspondencia convencional.
- f) Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiado al tipo de documentos.
- g) Se han reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación.
- h) Se han respetado los niveles de protección, seguridad y acceso a la información según la normativa vigente y se han aplicado, en la elaboración y archivo de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).
- i) Se han registrado los correos electrónicos recibidos o emitidos de forma organizada y rigurosa, según técnicas de gestión eficaz.
- j) Se ha realizado la gestión y mantenimiento de libretas de direcciones.
- k) Se ha valorado la importancia de la firma digital en la correspondencia electrónica.

G.- MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD, REFUERZO, AMPLIACIÓN, ALUMNADO REPETIDOR, ALUMNADO EXTRANJERO

Es evidente que los alumnos/as son diferentes, y que estas diferencias se refieren a diversos factores: capacidad, motivación, intereses....etc. Pues bien; para atender a estas diferencias los recursos presentes en esta programación son:

- Manejar metodologías diversas; es un recurso que se puede utilizar respecto a determinadas actividades y contenidos como consecuencia de los distintos grados de conocimientos previos detectados en los alumnos/as, así como grados de autonomía y responsabilidad.
- Personalización e individualización del proceso de enseñanza-aprendizaje: constituye un recurso importante de atención a la diversidad; la variedad de actividades propuestas, donde para aquellos alumnos/as que presentan alguna dificultad a la hora de trabajar determinados contenidos, se ajustará el grado de complejidad de los mismos; y por otra parte para aquellos alumnos/as que pueda avanzar más rápidamente preparará actividades complementarias o de ampliación.
- La organización de grupos de trabajo flexibles; permite que los alumnos/as pueda situarse en distintas tareas y adaptar el ritmo de introducción de nuevos contenidos.
- El uso de materiales didácticos no homogéneos; que den respuesta a los distintos ritmos de aprendizaje de los alumnos/as.

No contamos con alumnado extranjero que pueda tener dificultades de adaptación.

En cuanto a las actividades de refuerzo, se hará entrega a aquel alumnado que así lo requiera (si se da el caso), a través de ejercicios de afianzamiento de conocimiento, teniendo en cuenta aquel tipo de actividad con que responde mejor: tipo test, más ejercicios prácticos, más básicos....

Respecto a las actividades de ampliación se proveerá al alumnado tanto de ejercicios teóricos como prácticos de mayor complejidad relacionados con la unidad de trabajotal y como queda explicado en la introducción de este apartado.

H.- TIPO DE ACTIVIDADES GENERALES PARA TODAS LAS UNIDADES DIDÁCTICAS

Se realizarán en general, actividades tipo test, preguntas cortas y ejercicios/supuestos prácticos. En cada tema la profesora entregará una relación de ejercicios a los alumnos/as adaptados a la unidad didáctica que corresponda en cada momento

7.- 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 Superior de Administración y Finanzas implica aportar al alumnado 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 cómo, porqué o cuando los aplicamos.

- **Educación para el consumidor.**- En esta programación, este tema transversal estará presente en aquellas unidades en las que el ciudadano entre en acción, ya sea con la Administración o en el desempeño de sus actividades cotidianas, así como con

las actitudes relacionadas con el consumo nacional ampliamente considerado o la prestación de servicios públicos para satisfacer necesidades. Recordaremos el día internacional del consumidor que se celebra el 15 de marzo.

- **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 estará presente en todas las unidades didácticas.
- **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 transversal, lo vamos a tratar guiándonos un poco, por la siguiente tabla, y de acuerdo con el proyecto que se lleva a cabo en el Instituto "Espacio de Paz", con los siguientes temas y fechas, aunque algunos de estos temas sólo se nombren y otros se debatan con un poco más de tiempo como puede ser el tema de la Constitución Española, del reciclaje...

DÍA	MES	CONMEMORACIÓN
1º TRIMESTRE		
16	Octubre	Día mundial de la alimentación
17	Octubre	Día mundial de la pobreza
20	Noviembre	Día de los derechos del niño
25	Noviembre	Día internacional contra la violencia de género
1	Diciembre	Día mundial del sida
6	Diciembre	Día de la Constitución española
10	Diciembre	Día de los Derechos Humanos
2º TRIMESTRE		
30	Enero	Día mundial de la paz
8	Marzo	Día internacional de la mujer
15	Marzo	Día internacional del consumidor
21	Marzo	Día internacional contra la discriminación racial
7	Abril	Día mundial de la salud
3º TRIMESTRE		
9	Mayo	Día de Europa
17	Mayo	Día mundial del reciclaje
31	Mayo	Día mundial sin tabaco
5	Junio	Día mundial del medio ambiente

- **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. Recordaremos su importancia, a nivel mundial, celebrándose para ello un día “el día mundial del medio ambiente” que se celebra el 5 de junio y destacaremos la importancia que tiene la toma de conciencia al cuidar y hacernos responsables del medio ambiente que tenemos más cerca, cada uno con las medidas que tengamos a nuestro alcance, haciendo referencia al reciclaje

- **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. Esto lo podemos tratar mediante un trabajo en grupo, para que el alumnado se dé cuenta de la importancia de escuchar, respetar los turnos, los tiempos y la opinión de los demás compañeros/as

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 Superior en Administración y Finanzas, 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 sangre), 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. Estaremos en contacto para trabajar este tema transversal, con el responsable de Formación para que organice una charla de “Prevención de Riesgos Laborales” en el primer trimestre
- Con respecto a la Cultura Andaluza: Hay que entenderla como la contextualización de los contenidos del módulo profesional a la realidad socio-laboral de nuestra comunidad autónoma de Andalucía y de nuestro entorno más cercano (Bajo Almanzora). Para reforzar el tema haremos una visita a una empresa del entorno “Cosentino” a finales de primer trimestre o principios del segundo trimestre, así como mostrar nuestra participación en las actividades planteadas por el Centro para la conmemoración de dicho día.

En referencia a las **nuevas tecnologías de la información y la comunicación**, decir que estas tecnologías tienen mucha relación con el módulo que nos ocupa de “Gestión de la Documentación Jurídica y Empresarial” porque aparecen como objetivos en el currículo del módulo profesional la selección de distintas fuentes o bases de datos de documentación jurídica tradicionales y/o en Internet, estableciendo accesos directos a las mismas para agilizar los procesos de búsqueda y localización de información, así como la detección de la aparición de nueva normativa, jurisprudencia, notificaciones, etc., consultando habitualmente las bases de datos jurídicas que puedan afectar a la entidad

Además las nuevas tecnologías de la información y la comunicación se trabajarán en esta programación con la finalidad última de que el alumnado conozca recursos laborales, relacionados con el módulo para que contextualicen lo que aprenden en el centro y les facilite su futura actualización, así como la búsqueda y obtención de información.

“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”.