

PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA

Ciclo de Grado Medio en
Gestión Administrativa
COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y
ATENCIÓN AL CLIENTE

Curso: 2022/2023

Profesora: M^a de los Ángeles Macías Torres

C/ Don Juan Bosco, s/n

41440 Lora del Río. SEVILLA

Telf.:955803900 Fax.:9555804127

Correo-e:41002451.edu@juntadeandalucia.es



<u>1.- INTRODUCCIÓN</u>	3
<u>1.1.- IDENTIFICACIÓN Y DATOS BÁSICOS DEL MÓDULO</u>	4
<u>1.2.- NORMATIVA APLICABLE</u>	5
<u>2. ANÁLISIS DEL CONTEXTO</u>	6
<u>2.1.- CARACTERÍSTICAS DEL CENTRO</u>	7
<u>2.2.- CARACTERÍSTICAS DEL GRUPO</u>	8
<u>2.3.- CARACTERÍSTICAS DEL ENTORNO PRODUCTIVO</u>	8
<u>3.- COMPETENCIAS Y OBJETIVOS GENERALES</u>	10
<u>4.- RESULTADOS DE APRENDIZAJE</u>	12
<u>5.- CRITERIOS DE EVALUACIÓN</u>	13
<u>6.- CONTENIDOS BÁSICOS</u>	17
<u>7.- ORGANIZACIÓN Y SECUENCIACIÓN DE UNIDADES DE APRENDIZAJE</u>	21
<u>7.1.- TEMPORALIZACIÓN DE UNIDADES DE APRENDIZAJE</u>	22
<u>8.- UNIDADES DE APRENDIZAJE</u>	23
<u>9.- METODOLOGÍA</u>	40
<u>9.1.- RECURSOS DIDÁCTICOS</u>	43
<u>10- EVALUACIÓN</u>	44
<u>10.1- CRITERIOS DE CALIFICACIÓN</u>	45
<u>10.2- SISTEMA EXTRAORDINARIO DE EVALUACIÓN PARA EL ALUMNADO QUE PIERDA EL DERECHO DE EVALUACIÓN CONTINUA</u>	46
11. ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD	47
12. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS	47
13. OBSERVACIONES	48
14. FOMENTO DE LA LECTURA Y EXPRESIÓN ORAL	48
15. BIBLIOGRAFÍA	49
16. ANEXOS	49

1.- INTRODUCCIÓN

Esta programación didáctica se ha elaborado para la Formación Profesional Inicial, en concreto, para el módulo de Comunicación Empresarial y Atención al Cliente (código 0437), perteneciente al Ciclo Formativo de Grado Medio en Gestión Administrativa de la familia de Administración y Gestión. Este módulo tiene una duración de 160 horas lectivas, del total de 2000 horas de duración que tiene el ciclo formativo y se imparte en el primer curso del ciclo a lo largo de los tres trimestres, a razón de cinco horas a la semana. Este módulo profesional aporta la formación necesaria para realizar operaciones de apoyo administrativo y de atención al cliente, de los distintos departamentos, aplicando los protocolos establecidos por la empresa.

El Instituto Nacional de las Cualificaciones (INCUAL) tiene la misión de **aproximar el mundo profesional al formativo, mediante la observación e identificación de referentes en el sistema productivo.**

El INCUAL tiene la responsabilidad de definir, elaborar y mantener actualizado el Catálogo Nacional de las Cualificaciones Profesionales (CNCP) y el correspondiente Catálogo Modular de Formación Profesional. A través del Observatorio Profesional, se encarga de analizar la evolución de la demandas y oferta de las profesiones, ocupaciones y perfiles en el mercado de trabajo. Además, el Observatorio Profesional, como parte integrante del INCUAL, participa en la definición, elaboración y mantenimiento actualizado del CNCP.

El CNCP determina, entre otras, las cualificaciones profesionales más significativas del sistema productivo español, organizadas en familias profesionales y niveles, siendo esta la base y el referente para elaborar la oferta formativa de los títulos de formación profesional y los certificados de profesionalidad.

La cualificación profesional es el conjunto de competencias profesionales (conocimientos y capacidades) que permiten dar respuesta a ocupaciones y puestos de trabajo, lo que el trabajador debe saber hacer en su puesto de trabajo. Estas competencias se dividen en unidades de competencia, que se definen como el agregado mínimo de competencias profesionales, susceptible de reconocimiento y acreditación parcial.

El RD 1631/2009, de 30 de octubre, por el que se establece el Título de Técnico en Gestión Administrativa y se fijan sus enseñanzas mínimas, relaciona en su artículo 6 las cualificaciones y unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales incluidas en el título. De las dos cualificaciones profesionales completas incluidas en nuestro título la que nos incumbe en nuestro módulo es la de: a) Actividades administrativas de recepción y relación con el cliente. ADG307:2 (RD 107/2008, de 1 de febrero), que comprende entre otras las siguientes unidades de competencia:

- UC0975_2: Recepcionar y procesar las comunicaciones internas y externas.
- UC0978_2: Gestionar el archivo en soporte convencional e informático.

Nuestro módulo está asociado a estas unidades de competencia, UC0975_2 y UC0978_2 al tratarse en un ciclo de grado medio tiene un nivel de cualificación de grado 2 y está orientado a realizar las operaciones de recepción y apoyo a la gestión administrativa derivada de las relaciones con el público o cliente, interno o externo, con calidad de servicio, dentro de su ámbito de actuación y responsabilidad, utilizando los medios informáticos y telemáticos, y en caso necesario, una lengua extranjera, y aplicando los procedimientos internos y la normativa vigente. Así como la elaboración del archivo de la información necesaria mediante los soportes convencionales o informáticos adecuados, siguiendo instrucciones definidas, en condiciones de

seguridad, respeto a la normativa vigente y atendiendo a criterios de calidad definidos por la organización.

En este sentido, el conocimiento sobre la actividad comercial de la empresa y la atención al cliente, permitirán al alumnado a desenvolverse con seguridad en el departamento comercial de cualquier empresa de su entorno.

Como hemos indicado anteriormente el RD que desarrolla nuestro ciclo de Gestión Administrativa es el RD 1631/2009, de 30 de octubre, por el que se establece el título de Técnico en Gestión Administrativa y se fijan sus enseñanzas mínimas. Este RD establece el 65% del currículo, las comunidades autónomas establecerán el 100 % del currículo a través de órdenes, en nuestro caso la Orden de 21 de febrero de 2011 por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico en Gestión Administrativa.

En esta orden se nos indica en las orientaciones pedagógicas, que el módulo de Comunicación Empresarial y Atención al Cliente contiene la formación necesaria para desempeñar las funciones relacionadas con la comunicación en la empresa, tales como:

- Recepción de visitas y atención telefónica.
- Recepción, tramitación y gestión de documentación.
- Atención al cliente/usuario.
- Elaboración, registro y archivo de documentación.
- La aplicación de técnicas de comunicación adecuadas a la situación de atención/asesoramiento al cliente.
- La realización de las gestiones pertinentes con los departamentos afectados para consultas, reclamaciones y atención postventa.
- La tramitación de las reclamaciones y denuncias.
- La aplicación de los estándares de la calidad en la prestación del servicio.
- La aplicación de las técnicas de marketing como medio de potenciación de la imagen de la empresa.

Las actividades profesionales asociadas a estas funciones se aplican:

- En todos los ámbitos de la empresa, tanto interno como externo y en todo tipo de empresas, independientemente del sector al que pertenezcan.
- Especialmente, en el apoyo administrativo a las tareas que desarrollan los departamentos de Atención al Cliente y Marketing en las empresas de los diferentes sectores económicos.

A su vez las líneas de actuación en el proceso enseñanza-aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo versarán sobre:

- La aplicación de técnicas de comunicación adecuadas a cada situación concreta.
- La aplicación del protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales, relacionándolos con la imagen de la empresa y la importancia de esta.
- La utilización de equipos de telefonía e informáticos, aplicando las normas básicas de uso.
- La elaboración de cartas comerciales y otros documentos administrativos.
- El registro de la documentación, tanto la recibida como la emitida.
- El archivo de la documentación aplicando soporte papel e informático.
- El apoyo administrativo a los departamentos de Atención al Cliente y Marketing.
- La atención y tramitación de consultas, quejas y reclamaciones.
- El seguimiento de clientes y control del servicio postventa.



1.1.- IDENTIFICACIÓN Y DATOS BÁSICOS DEL MÓDULO

Toda la información básica del Módulo Profesional de Comunicación Empresarial y Atención al Cliente se encuentra recogida en la siguiente tabla:

Descripción	
Código	0437
Módulo Profesional	Comunicación Empresarial y Atención al Cliente
Familia Profesional	Administración y gestión
Título	Técnico en Gestión Administrativa
Grado	Grado Medio
Curso	1º
Horas	160
Horas Semanales	5
Asociado a UC:	UC0975_2 y UC0978_2
Transversal	No
Soporte	Sí (En relación con Empresa en el Aula)

1.2.- NORMATIVA APLICABLE

A nivel normativo, esta Programación didáctica está referenciada a los dos ámbitos normativos: tanto a la normativa Estatal como a la Normativa Autonómica. Además, tiene en cuenta los cuatro temas fundamentales: Ordenación, Perfil Profesional, Título y Evaluación.

Indicar antes de nada que no existe normativa relacionada con el Perfil Profesional a nivel autonómico puesto que la vinculación del Título con el Perfil Profesional es competencia exclusivamente nacional a través del Instituto Nacional de las Cualificaciones, dependiente del Ministerio de Educación.

De la misma forma, no existe normativa de referencia a nivel estatal en el ámbito de la Evaluación, puesto que las competencias en esta materia recaen exclusivamente en la Consejería de Educación de Andalucía en nuestro caso.

De forma sintetizada la normativa de referencia para esta Programación Didáctica se encuentra recogida en la siguiente tabla:

	Estatal	Autonómica
Ordenación	<p>Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación modificada por ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, para la mejora de la calidad educativa.</p> <p>Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio, por el que se establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo.</p> <p>Ley Orgánica 3/2022, de 31 de marzo, de ordenación e integración de la Formación Profesional.</p>	<p>Ley 17/2007, de 10 de diciembre, de Educación de Andalucía.</p> <p>Decreto 327/2010, de 13 de julio, por el que se aprueba el Reglamento Orgánico de los Institutos de Educación Secundaria.</p>
Perfil Profesional	<p>Real Decreto 1416/2005 de 25 de noviembre, sobre el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales.</p> <p>Real Decreto 1087/2005, de 16 de septiembre, y modificada en el Real Decreto 107/2008, de 1 de febrero.</p>	<p><i>(No existe normativa aplicable a nivel autonómico al no tener competencias nuestra Comunidad Autónoma).</i></p>
Título	<p>Real Decreto 1631/2009, por el que se establece el Título de Técnico en Gestión Administrativa y se fijan sus enseñanzas mínimas.</p>	<p>Orden de 21 de febrero de 2011, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico en Gestión Administrativa.</p>

Evaluación	<p><i>(No existe normativa aplicable a nivel estatal, ya que las competencias de evaluación están cedidas en exclusiva a las Comunidades Autónomas).</i></p>	<p>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.</p>
-------------------	--	---

2. ANÁLISIS DEL CONTEXTO

Antes de abordar una programación didáctica debemos pensar donde se va a producir el proceso de enseñanza aprendizaje ya que debemos adecuar nuestra forma de enseñar al lugar y entorno para conseguir un aprendizaje útil y cercano que motivará al alumnado y logrará un conocimiento adquirido de forma permanente.

El entorno debemos entenderlo como un recurso más dentro de mi proceso de enseñanza aprendizaje y deberemos analizarlo en 3 vertientes: centro educativo, alumnado y entorno productivo englobando la localidad.

2.1.- CARACTERÍSTICAS DEL CENTRO

El centro educativo es un centro grande, con unos 700 alumnos en los que se imparten 17 grupos de ESO en sus diferentes niveles, además de:

Curso de Acceso a los Ciclos Formativos

1º Bachillerato Humanidades y Ciencias Sociales 2º Bachillerato Humanidades y Ciencias Sociales

1º Bachillerato Ciencias

2º Bachillerato Ciencias

1º FPB Electricidad – Electrónica

2º FPB Electricidad – Electrónica

1º CFGM Gestión Administrativa

2º CFGM Gestión Administrativa

1º CFGM Instalaciones Eléctricas y Automáticas

2º CFGM Instalaciones Eléctricas y Automáticas

1º CFGM Sistemas Microinformáticos y Redes

2º CFGM Sistemas Microinformáticos y Redes

1º CFGS Sistemas de Telecomunicación e Informáticos

2º CFGS Sistemas de Telecomunicación e Informáticos

1º CFGS Administración y Finanzas

2º CFGS Administración y Finanzas

1º CFGS Sistemas Electrotécnicos y Automáticos

2º CFGS Sistemas Electrotécnicos y Automáticos y Comunicaciones.

Los recursos con los que cuenta el centro son suficientes para el desarrollo normal de la enseñanza, ya que los 4 grupos de la familia de administración y gestión, disponen de dos aulas con ordenadores suficientes ya que se cuenta con más de uno por alumno, un proyector, conexión a internet y dos aulas que no disponen de ordenadores, pero sí de pantalla digital. El aula es repartida entre todos los módulos que no precisan una utilización continua de esta herramienta educativa.

Entre los documentos del centro nos encontramos con el Plan de Centro que incluye el Proyecto Educativo, este debe ser uno de los puntos de partida de nuestra programación ya que en él se especifican las finalidades educativas del centro, así como las líneas generales de actuación pedagógica, el tratamiento de los contenidos transversales, la forma de evaluar en la F.P. y los proyectos y planes de centro.

En el caso de mi centro dentro de las líneas generales de actuación pedagógica podemos resaltar las siguientes, que como posteriormente veremos tendrán su influencia en la metodología empleada:

- a) Fomento de la lectura.
- b) Incorporación de tecnologías de la información y de la comunicación (TICs yTACs) a las actividades del alumnado.
- c) Utilización de un catálogo amplio y variado de recursos didácticos.
- d) Organización de las actividades extraescolares y complementarias ligadas al currículum.

Asimismo, también debemos prestar atención a los planes, proyectos y programas educativos que tendrán su influencia en nuestra programación, especialmente el plan de cultura emprendedora, de coeducación y el plan de cultura andaluza. Estos planes se verán reflejados en el apartado de contenidos, como contenidos transversales, cuando tratemos la educación en valores y las actividades de las distintas unidades didácticas.

A su vez los acuerdos de departamento también deben tenerse en cuenta, ya que nuestra programación es una programación del departamento por lo que en nuestro caso hay acuerdo para realizar la evaluación de igual forma en todos los módulos del ciclo y debemos reflejarlo aquí.

2.2.- CARACTERÍSTICAS DEL GRUPO.

El segundo elemento que debemos tener en cuenta al contextualizar la programación es el tipo de alumnado que vamos a tener en el aula, los últimos informes de educación demuestran que es el nivel socioeconómico el más relacionado con el desarrollo de competencias del alumnado.

El nivel socioeconómico del entorno es medio-bajo. El nivel cultural es medio-bajo. Se detecta a través de los alumnos/as que se lee poco y se ve mucha televisión, lo que influye en la práctica educativa diaria.

En el presente curso 2022-2023 el grupo de primero del ciclo formativo de grado medio de Gestión Administrativa matriculado en CEAC, está formado por 10 alumnos/as, de los cuales 8 son chicas (80%) y 2 son chicos (20%). 6 alumnos/as son menores de edad y el resto con edades comprendidas entre los 18 y 55 años. En cuanto a su procedencia, la mayoría proceden de Lora del Río, la pedanía de El Priorato y La Campana. 8 alumnas vienen de cursar la ESO, un alumno con 46 años estudió FP1 hace bastante tiempo dejando los estudios e incorporándose al mundo laboral y retomándolos en este curso, y otro alumno con 55 años aunque no ha causado baja, no ha aparecido aún por clase.

Las pruebas iniciales como era de esperar han tenido unos resultados bajos en todos menos en el alumno de 46 años que estudió FP1 que destaca positivamente. En cuanto a la motivación no es la deseable ya que de los 9 alumnos/as que asisten a clase solo 3 han elegido el ciclo como primera opción. Los restantes hubieran preferido hacer otro ciclo. Por otro lado, el ambiente de clase es favorable para un buen desarrollo de la materia. El grupo parece llevarse bien y cooperar entre ellos, mostrando compañerismo.

2.3.- CARACTERÍSTICAS DEL ENTORNO PRODUCTIVO

Es importante ya que mi alumnado realizará las prácticas en él y en un futuro cercano puede ser lugar para su primera experiencia laboral.

El término municipal de Lora del Río se encuentra en la Vega Alta de Sevilla, en el Valle del Guadalquivir sevillano. Esto es en la parte oriental de la provincia de Sevilla, de la que dista unos 58 kilómetros. Su posición geográfica se enmarca entre los 5° 23' 5'' de longitud oeste, y los 37° 35' y 37° 46' de latitud norte. El núcleo de población principal, a una altitud de unos 38 metros sobre el nivel del mar, se sitúa en la confluencia del Guadalquivir con su afluente el arroyo Churre, en una posición casi central respecto a su territorio, que tiene una extensión superficial de 293,90 kilómetros cuadrados. Además de la localidad principal también existen varias pedanías, entre las que destacan las de Setefilla y El Priorato.

El partido Judicial al que pertenece es el de Lora del Río. Es un territorio muy heterogéneo y disfruta de los tres paisajes, La Vega, La Sierra y La Campiña. Este territorio está cargado de singularidades, con un decrecimiento de población lento, tiene su principal exponente en los jóvenes, muchos de ellos sin alternativa, desarrollo industrial lento donde predomina la escasa industria agroalimentaria y una economía representada por el sector agrícola y el comercio minorista.

Posee una población de 18.861 habitantes (según el Padrón a 01/01/2018 publicado en el INE). Por lo tanto, la densidad de población es de 64,17 hab./km²

Lora del Río y la Vega Alta de Sevilla se caracterizan por encontrarse a medio camino entre Sevilla y Córdoba. Los municipios que conforman esta Vega Alta están diseminados junto al Guadalquivir, lo que da un carácter diferenciador a su economía. Esta está basada principalmente en el sector agrícola, predominando el cultivo de cítricos como la naranja, así como maíz, trigo y algodón. Últimamente se están explotando nuevos cultivos para diversificar el sector como son los cultivos de almendros, paraguayos, caquis y olivar intensivo.

Existe una cooperativa agrícola que distribuye naranjas, caquis, paraguayos y melocotones al extranjero, además de tres empresas exportadoras de naranjas y cebollas.

Posee buenas comunicaciones de la red secundaria con Sevilla y Córdoba mediante la A-431 así como con los enlaces de logística mediante la Autovía Sevilla – Córdoba. Aunque la lejanía con la capital, los emplazamientos industriales y los enlaces con otros nudos pueden alejar futuras inversiones.

Los límites del término municipal de Lora del Río:

- Norte: Constantina y La Puebla de los Infantes
- Sur: Carmona y La Campana.
- Este: Palma del Río (Córdoba) y Peñaflor.
- Oeste: Alcolea del Río y Villanueva del Río y Minas.

Lora del Río está comunicada también por tren, la línea C1 de cercanías de Sevilla comunica el municipio con la capital, así como con los demás pueblos de esta línea diariamente y con una frecuencia de media hora aproximadamente. Esto facilita que en los ciclos formativos se matriculen estudiantes de estas poblaciones cercanas utilizando el tren como medio de transporte.

En cuanto al desempleo, es una zona muy castigada, aunque hay que hacer notar que en el medio rural la agricultura y agroindustria emplean a mucha mano de obra femenina por lo que el desempleo femenino desciende durante las campañas agrícolas en esta zona frente a la media andaluza.

Las principales actividades económicas en Lora del Río, aparte de la agricultura, son: el pequeño comercio, la hostelería y la construcción. Todos ellos muy castigados por la crisis. El paro constituye un dato preocupante no sólo a nivel municipal sino provincial y nacional. La tasa de paro española supera la media europea. Es por ello que conocer los datos acerca de este indicador en el municipio de Lora del Río supone una herramienta indispensable para programar las distintas actuaciones educativas. Los jóvenes del entorno encuentran un difícil acceso al sector laboral.

Hecho que aún es más acuciado entre aquellos que poseen una formación limitada o reducida a la secundaria obligatoria. Antes de que la crisis se endureciera hasta los límites que lo ha hecho hoy en día, muchos de los jóvenes del municipio encontraban una salida laboral en la agricultura o la construcción.

En definitiva, el departamento de administración tiene establecidas relaciones con las empresas del municipio para que nuestros alumnos realicen la FCT. Los alumnos de poblaciones cercanas realizan a menudo esta formación en sus localidades de origen, debemos inculcar a los discentes el emprendimiento como alternativa al empleo por cuenta ajena, tarea ardua pero que puede ser muy gratificante.

3.- COMPETENCIAS Y OBJETIVOS GENERALES.

Las competencias están íntimamente relacionadas con la Cualificación Profesional puesto que forman parte de ella. Así, como indicábamos anteriormente, podemos entender la Cualificación Profesional como el conjunto de competencias profesionales (conocimientos y capacidades) que permiten dar respuesta a ocupaciones y puestos de trabajo con valor en mercado laboral, y que pueden adquirirse a través de formación o por experiencia laboral.

Para nuestro módulo la normativa nos indica que competencias profesionales, personales y sociales del título han de ser alcanzadas a través de él:

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

Estas competencias se contextualizan en educación dando lugar a los objetivos generales, que constituyen los logros que se espera sean alcanzados por el alumnado. En concreto, para nuestro módulo la normativa nos indica que de todos los Objetivos Generales del Título, los que han de ser alcanzados a través de este módulo son:

- a) Analizar el flujo de información y la tipología y finalidad de los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa, para tramitarlos.
- b) Analizar los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa, reconociendo su estructura, elementos y características para elaborarlos.
- d) Analizar las posibilidades de las aplicaciones y equipos informáticos, relacionándolas con su empleo más eficaz en el tratamiento de la información para elaborar documentos y comunicaciones.
- e) Realizar documentos y comunicaciones en el formato característico y con las condiciones de calidad correspondiente, aplicando las técnicas de tratamiento de la información en su elaboración.
- f) Analizar y elegir los sistemas y técnicas de preservación de comunicaciones y documentos adecuados a cada caso, aplicándolas de forma manual e informática para clasificarlos, registrarlos y archivarlos.
- ñ) Transmitir comunicaciones de forma oral, telemática o escrita, adecuándolas a cada caso y analizando los protocolos de calidad e imagen empresarial o institucional para desempeñar las actividades de atención al cliente/usuario.

En la tabla siguiente encontramos la relación entre cada objetivo general y las competencias de las que procede:

COMPETENCIAS	OBJETIVOS
a) Tramitar documentos o comunicaciones internas o externas en los circuitos de información de la empresa. r) Participar en el trabajo en equipo respetando la jerarquía definida en la organización	a) Analizar el flujo de información y la tipología y finalidad de los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa, para tramitarlos.
b) Elaborar documentos y comunicaciones a partir de órdenes recibidas o información obtenida. q) Adaptarse a diferentes puestos de trabajo y nuevas situaciones laborales, originados por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos.	b) Analizar los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa, reconociendo su estructura, elementos y características para elaborarlos. d) Analizar las posibilidades de las aplicaciones y equipos informáticos, relacionándolas con su empleo más eficaz en el tratamiento de la información para elaborar documentos y comunicaciones. e) Realizar documentos y comunicaciones en el formato característico y con las condiciones de calidad correspondiente, aplicando las técnicas de tratamiento de la información en su elaboración.
c) Clasificar, registrar y archivar comunicaciones y documentos según las técnicas apropiadas y los parámetros establecidos en la empresa. m) Mantener el espíritu de innovación, de mejora de los procesos de producción y de actualización de conocimientos en el ámbito de su trabajo.	f) Analizar y elegir los sistemas y técnicas de preservación de comunicaciones y documentos adecuados a cada caso, aplicándolas de forma manual e informática para clasificarlos, registrarlos y archivarlos.
i) Desempeñar las actividades de atención al cliente/usuario en el ámbito administrativo y comercial asegurando los niveles de calidad establecidos y relacionados con la imagen de la empresa /institución. p) Participar en las actividades de la empresa con respeto y actitudes de tolerancia.	ñ) Transmitir comunicaciones de forma oral, telemática o escrita, adecuándolas a cada caso y analizando los protocolos de calidad e imagen empresarial o institucional para desempeñar las actividades de atención al cliente/usuario.

4.- RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Los Objetivos Generales todavía son un poco abstractos para trabajar con ellos en el aula por lo que se concretan en los Resultados de Aprendizaje (RA). Un RA es lo que debe alcanzar el alumnado una vez superado el proceso de enseñanza aprendizaje del módulo de Comunicación Empresarial y Atención al Cliente. Los resultados de aprendizaje establecen lo que una persona sabe, comprende y es capaz de hacer al culminar un proceso de enseñanza aprendizaje, en términos de conocimientos, procedimientos y actitudes y que le permiten alcanzar los objetivos del módulo profesional.

Como los Resultados de Aprendizaje están redactados en términos de una habilidad o destreza unida al objeto sobre el que se ha de desempeñar esa habilidad o destreza (el ámbito competencial), más una serie de acciones en el contexto del aprendizaje (el ámbito educativo). Para nuestro Módulo Profesional, la normativa determina que los resultados de aprendizaje que tendrá que alcanzar el alumnado son los siguientes:

RA	Ámbito Competencial		Ámbito Educativo
	Logro	Objeto	Acciones en el contexto aprendizaje
1. Selecciona técnicas de comunicación, relacionándolas con la estructura e imagen de la empresa y los flujos de información existentes en ella.	Selecciona	técnicas de comunicación	relacionándolas con la estructura e imagen de la empresa y los flujos de información existentes en ella
2. Transmite información de forma oral, vinculándola a los usos y costumbres socio profesionales habituales en la empresa.	Transmite	información de forma oral	vinculándola a los usos y costumbres socio profesionales habituales en la empresa
3. Transmite información escrita, aplicando las técnicas de estilo a diferentes tipos de documentos propios de la empresa y de la Administración Pública.	Transmite	información escrita	aplicando las técnicas de estilo a diferentes tipos de documentos propios de la empresa y de la Administración Pública.
4. Archiva información en soporte papel e informático, reconociendo los criterios de eficiencia y ahorro en los trámites administrativos.	Archiva	información en soporte papel e informático	reconociendo los criterios de eficiencia y ahorro en los trámites administrativos.
5. Reconoce necesidades de posibles clientes aplicando técnicas de comunicación.	Reconoce	las necesidades de posibles clientes	aplicando técnicas de comunicación

6. Atiende consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes aplicando la normativa vigente en materia de consumo.	Atiende	consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes	aplicando la normativa vigente en materia de consumo.
7. Potencia la imagen de empresa reconociendo y aplicando los elementos y herramientas del marketing.	Potencia	la imagen de la empresa.	reconociendo y aplicando los elementos y herramientas del marketing.
8. Aplica procedimientos de calidad en la atención al cliente identificando los estándares establecidos.	Aplica	procedimientos de calidad en la atención al cliente	identificando los estándares establecidos

Este conjunto de Resultados de Aprendizaje, constituyen el eje vertebral de nuestra programación. Así pues, comenzaremos por realizar una ponderación de cada resultado de aprendizaje, en función a la contribución que tiene a alcanzar la Competencia General del título y las Competencias Profesionales, Personales y Sociales asignadas para nuestro módulo a través de los Objetivos Generales.

Esta ponderación la encontramos en la siguiente tabla:

A	%
1. Selecciona técnicas de comunicación, relacionándolas con la estructura e imagen de la empresa y los flujos de información existentes en ella.	15,63 %
2. Transmite información de forma oral, vinculándola a los usos y costumbres socioprofesionales habituales en la empresa.	26,25 %
3. Transmite información escrita, aplicando las técnicas de estilo a diferentes tipos de documentos propios de la empresa y de la Administración Pública.	21,88 %
4. Archiva información en soporte papel e informático, reconociendo los criterios de eficiencia y ahorro en los trámites administrativos.	5 %
5. Reconoce necesidades de posibles clientes aplicando técnicas de comunicación.	6,25 %
6. Atiende consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes aplicando la normativa vigente en materia de consumo.	12,5 %
7. Potencia la imagen de empresa reconociendo y aplicando los elementos y herramientas del marketing.	9,37 %
8. Aplica procedimientos de calidad en la atención al cliente identificando los estándares establecidos.	3,12 %

Partiendo de los Resultados de Aprendizaje, el siguiente paso para elaborar nuestra programación será analizar los criterios de evaluación que nos propone la normativa.



5.- CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Los Criterios de Evaluación (CE) constituyen el elemento curricular más importante para establecer el proceso de enseñanza-aprendizaje que permita alcanzar los Objetivos Generales establecidos para este módulo profesional, y por lo tanto de las competencias a las que están asociados.

Partiendo del conocimiento de estas funciones, analizaremos los Criterios de Evaluación que nos indica la normativa para cada Resultado de aprendizaje.

Resultado de Aprendizaje	Ponderación	
1. Selecciona técnicas de comunicación, relacionándolas con la estructura e imagen de la empresa y los flujos de información existentes en ella.	15,63%	
Criterios de Evaluación	Ponderación	Instrumento de Evaluación
a) Se ha reconocido la necesidad de comunicación entre las personas.	10%	Prueba escrita Prueba práctica Prueba oral Observación Cuaderno Test Trabajo Casa Exposición Oral Trabajo Búsqueda Internet
b) Se ha distinguido entre comunicación e información.	10%	
c) Se han distinguido los elementos y procesos que intervienen en la comunicación.	10%	
d) Se han reconocido los obstáculos que pueden existir en un proceso de comunicación.	10%	
e) Se ha determinado la mejor forma y actitud a la hora de presentar el mensaje.	10%	
f) Se han identificado los conceptos de imagen y cultura de la empresa.	10%	
g) Se han diferenciado los tipos de organizaciones y su organigrama funcional.	10%	
h) Se han distinguido las comunicaciones internas y externas y los flujos de información dentro de la empresa.	10%	
i) Se ha seleccionado el destinatario y el canal adecuado para cada situación.	10%	

Resultado de Aprendizaje	Ponderación	
2. Transmite información de forma oral, vinculándola a los usos y costumbres socioprofesionales habituales en la empresa.	26,25%	
Criterios de Evaluación	Ponderación	Instrumento de Evaluación
a) Se han identificado los principios básicos a tener en cuenta en la comunicación verbal.	10%	Prueba escrita Prueba práctica Prueba oral Observación Cuaderno
b) Se ha identificado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales.	10%	
c) Se han tenido en cuenta las costumbres socioculturales y los usos empresariales.	10%	
d) Se ha identificado al interlocutor, observando las debidas normas de protocolo, adaptando su actitud y conversación a la situación de la que se parte.	10%	



e) Se ha elaborado el mensaje verbal, de manera concreta y precisa, valorando las posibles dificultades en su transmisión.	10%	Test Trabajo Casa Exposición Oral Trabajo Búsqueda Internet
f) Se ha utilizado el léxico y expresiones adecuados al tipo de comunicación y a los interlocutores.	10%	
g) Se ha presentado el mensaje verbal elaborado utilizando el lenguaje no verbal más adecuado.	10%	
h) Se han utilizado equipos de telefonía e informáticos aplicando las normas básicas de uso.	10%	
i) Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y sensibilidad.	10%	
j) Se han analizado los errores cometidos y propuesto las acciones correctivas necesarias.	10%	

Resultado de Aprendizaje	Ponderación	
3. Transmite información escrita, aplicando las técnicas de estilo a diferentes tipos de documentos propios de la empresa y de la Administración Pública.	21,88%	
Crterios de Evaluación	Ponderación	Instrumento de Evaluación
a) Se han identificado los soportes para elaborar y transmitir los documentos: tipo de papel, sobres y otros.	5%	Prueba escrita Prueba práctica Prueba oral Observación Cuaderno Test Trabajo Casa Exposición Oral Trabajo Búsqueda Internet
b) Se han identificado los canales de transmisión: correo convencional, correo electrónico, fax, mensajes cortos o similares.	5%	
c) Se han diferenciado los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad, y confidencialidad.	5%	
d) Se ha identificado al destinatario observando las debidas normas de protocolo.	10%	
e) Se han clasificado las tipologías más habituales de documentos dentro de la empresa según su finalidad.	15%	
f) Se ha redactado el documento apropiado, cumpliendo las normas ortográficas y sintácticas en función de su finalidad y de la situación de partida.	20%	
g) Se han identificado las herramientas de búsqueda de información para elaborar la documentación.	10%	
h) Se han utilizado las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos o autoedición.	5%	
i) Se han cumplimentado los libros de registro de entrada y salida de correspondencia y paquetería en soporte informático y/o convencional.	15%	
j) Se ha utilizado la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos establecidos para las empresas e instituciones públicas y privadas.	5%	
k) Se han aplicado, en la elaboración de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).	5%	



Resultado de Aprendizaje	Ponderación	
4. Archiva información en soporte papel e informático, reconociendo los criterios de eficiencia y ahorro en los trámites administrativos.	5%	
Criterios de Evaluación	Ponderación	Instrumento de Evaluación
a) Se ha descrito la finalidad de organizar la información y los objetivos que se persiguen.	10%	Prueba escrita Prueba práctica Prueba oral Observación Cuaderno Test Trabajo Casa Exposición Oral Trabajo Búsqueda Internet
b) Se han diferenciado las técnicas de organización de información que se pueden aplicar en una empresa o institución, así como los procedimientos habituales de registro, clasificación y distribución de la información en las organizaciones.	15%	
c) Se han identificado los soportes de archivo y registro y las prestaciones de las aplicaciones informáticas específicas más utilizadas en función de las características de la información a almacenar.	10%	
d) Se han identificado las principales bases de datos de las organizaciones, su estructura y funciones	5%	
e) Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiados al tipo de documentos.	15%	
f) Se han realizado árboles de archivos informáticos para ordenar la documentación digital.	10%	
g) Se han aplicado las técnicas de archivo en los intercambios de información telemática (intranet, extranet, correo electrónico).	10%	
h) Se han reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación y detectado los errores que pudieran producirse en él.	10%	
i) Se han respetado los niveles de protección, seguridad y acceso a la información, así como la normativa vigente tanto en documentos físicos como en bases de datos informáticas.	10%	
j) Se han aplicado, en la elaboración y archivo de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).	5%	

Resultado de Aprendizaje	Ponderación	
5. Reconoce necesidades de posibles clientes aplicando técnicas de comunicación.	6,25%	
Criterios de Evaluación	Ponderación	Instrumento de Evaluación
a) Se han desarrollado técnicas de comunicación y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente en situaciones de atención/asesoramiento al mismo.	10%	Prueba escrita Prueba práctica



b) Se han identificado las fases que componen el proceso de atención al cliente/consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación.	10%	Prueba oral
c) Se han reconocido los errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente.	15%	Observación Cuaderno
d) Se ha identificado el comportamiento del cliente.	10%	
e) Se han analizado las motivaciones de compra o demanda de un servicio del cliente.	10%	Test
f) Se ha obtenido, en su caso, la información histórica del cliente.	10%	Trabajo Casa
g) Se ha adaptado adecuadamente la actitud y discurso a la situación de la que se parte.	10%	Exposición Oral
h) Se ha observado la forma y actitud adecuadas en la atención y asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado.	10%	
i) Se han distinguido las distintas etapas de un proceso comunicativo.	15%	Trabajo Búsqueda Internet

Resultado de Aprendizaje	Ponderación	
6. Atiende consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes aplicando la normativa vigente en materia de consumo.	12,5%	
Criterios de Evaluación	Ponderación	Instrumento de Evaluación
a) Se han descrito las funciones del departamento de atención al cliente en empresas.	10%	Prueba escrita
b) Se ha interpretado la comunicación recibida por parte del cliente.	10%	Prueba práctica
c) Se han identificado los elementos de la queja/reclamación.	10%	
d) Se han reconocido las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/reclamaciones.	20%	Observación Cuaderno
e) Se ha identificado y localizado la información que hay que suministrar al cliente.	10%	Test
f) Se han utilizado los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones.	10%	
g) Se ha cumplimentado, en su caso, un escrito de respuesta utilizando medios electrónicos u otros canales de comunicación.	10%	Trabajo Casa
h) Se ha reconocido la importancia de la protección del consumidor.	5%	Exposición Oral
i) Se ha identificado la normativa en materia de consumo.	5%	Trabajo Búsqueda Internet
j) Se han diferenciado los tipos de demanda o reclamación.	10%	



Resultado de Aprendizaje	Ponderación	
7. Potencia la imagen de empresa reconociendo y aplicando los elementos y herramientas del marketing.	9,37%	
Criterios de Evaluación	Ponderación	Instrumento de Evaluación
a) Se ha identificado el concepto de marketing.	10%	Prueba escrita
b) Se han reconocido las funciones principales del marketing.	15%	Prueba práctica
c) Se ha valorado la importancia del departamento de marketing.	10%	Prueba oral
d) Se han diferenciado los elementos y herramientas básicos que componen el marketing.	20%	Observación Cuaderno
e) Se ha valorado la importancia de la imagen corporativa para conseguir los objetivos de la empresa.	15%	Test Trabajo Casa
f) Se ha valorado la importancia de las relaciones públicas y la atención al cliente para la imagen de la empresa.	15%	Exposición Oral Trabajo
g) Se ha identificado la fidelización del cliente como un objetivo prioritario del marketing.	15%	Búsqueda Internet

Resultado de Aprendizaje	Ponderación	
8. Aplica procedimientos de calidad en la atención al cliente identificando los estándares establecidos.	3,12%	
Criterios de Evaluación	Ponderación	Instrumento de Evaluación
a) Se han identificado los factores que influyen en la prestación del servicio al cliente.	10%	Prueba escrita Prueba práctica
b) Se han descrito las fases del procedimiento de relación con los clientes.	10%	
c) Se han descrito los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio.	10%	Prueba oral
d) Se ha valorado la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos.	10%	Observación Cuaderno
e) Se han detectado los errores producidos en la prestación del servicio.	10%	Test
f) Se ha aplicado el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas.	15%	Trabajo Casa
h) Se han definido las variables constitutivas del servicio post-venta y su relación con la fidelización del cliente.	10%	Exposición Oral
i) Se han identificado las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio post-venta.	15%	Trabajo Búsqueda Internet
j) Se han descrito los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio post-venta, así como sus fases y herramientas.	10%	



6.- CONTENIDOS BÁSICOS

La estructura de cada título está diseñada para que cada Resultado de Aprendizaje se desarrolle a través de un número determinado de Criterios de Evaluación. A estos elementos curriculares se le asocian unos Contenidos Básicos que permiten alcanzar las competencias definidas para cada Módulo Profesional.

La estructura de los Contenidos Básicos es un conjunto de bloques de contenido (cada uno de ellos asociado a un Resultado de aprendizaje, un conjunto de sub-bloques de contenido (cada uno de ellos asociado a un Criterio de Evaluación), y un conjunto de elementos de contenido (que sirven para desarrollar los anteriores).

Para este módulo profesional, estos Contenidos Básicos y su asociación con los otros elementos curriculares son:

Resultado de Aprendizaje	1. Selecciona técnicas de comunicación, relacionándolas con la estructura e imagen de la empresa y los flujos de información existentes en ella.	<ul style="list-style-type: none"> Selección de técnicas de comunicación empresarial: 	Bloque de contenidos
Criterios de Evaluación	a) Se ha reconocido la necesidad de comunicación entre las personas. b) Se ha distinguido entre comunicación e información. c) Se han distinguido los elementos y procesos que intervienen en la comunicación. d) Se han reconocido los obstáculos que pueden existir en un proceso de comunicación. e) Se ha determinado la mejor forma y actitud a la hora de presentar el mensaje. f) Se han identificado los conceptos de imagen y cultura de la empresa. g) Se han diferenciado los tipos de organizaciones y su organigrama funcional. h) Se han distinguido las comunicaciones internas y externas y los flujos de información dentro de la empresa. i) Se ha seleccionado el destinatario y el canal adecuado para cada situación.	— Comunicación e información y comportamiento. Finalidad de la comunicación. — Elementos y barreras de la comunicación. — Criterios de empatía y principios básicos de la asertividad. — Las relaciones humanas y laborales en la empresa. — La organización empresarial. Organigramas. Concepto y clases de organigramas según su forma gráfica. — Principios de organización empresarial. - Principios de organización vertical y horizontal. - Principios de equilibrio de la organización. — Tipos de organización empresarial. - Organización jerárquica, organización funcional, entre otros. — Departamentos y áreas funcionales tipo. - Departamentalización por funciones, por clientes, geográfica, entre otros. - Áreas funcionales básicas. — Funciones del personal en la organización. — Descripción de los flujos de comunicación. - Comunicación ascendente, descendente y lateral. — La comunicación interna en la empresa, comunicación formal e informal. — La comunicación externa en la empresa. La publicidad y las relaciones públicas.	Contenidos Básicos



Resultado de Aprendizaje	2. Transmite información de forma oral, vinculándola a los usos y costumbres socioprofesionales habituales en la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> • Transmisión de comunicación oral en la empresa: 	Bloque de contenidos
Criterios de Evaluación	<p>a) Se han identificado los principios básicos a tener en cuenta en la comunicación verbal.</p> <p>b) Se ha identificado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales.</p> <p>c) Se han tenido en cuenta las costumbres socioculturales y los usos empresariales.</p> <p>d) Se ha identificado al interlocutor, observando las debidas normas de protocolo, adaptando su actitud y conversación a la situación de la que se parte.</p> <p>e) Se ha elaborado el mensaje verbal, de manera concreta y precisa, valorando las posibles dificultades en su transmisión.</p> <p>f) Se ha utilizado el léxico y expresiones adecuados al tipo de comunicación y a los interlocutores.</p> <p>g) Se ha presentado el mensaje verbal elaborado utilizando el lenguaje no verbal más adecuado.</p> <p>h) Se han utilizado equipos de telefonía e informáticos aplicando las normas básicas de uso.</p> <p>i) Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y sensibilidad.</p> <p>j) Se han analizado los errores cometidos y propuesto las acciones correctivas necesarias.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Principios básicos en las comunicaciones orales. - Normas de información y atención oral, internas y externas. - Técnicas de comunicación oral, habilidades sociales y protocolo. - Clases de comunicación oral. - La comunicación no verbal. Elementos - La comunicación verbal dentro del ámbito de la empresa. - La comunicación telefónica. Barreras y dificultades en la transmisión de la información. - El teléfono y su uso. La centralita. Uso del listín telefónico. Normas para hablar correctamente por teléfono. Uso del teléfono en la comunicación empresarial. - La informática en las comunicaciones verbales. - Comunicaciones en la recepción de visitas: acogida, identificación, gestión, despedida. 	Contenidos Básicos



Resultado de Aprendizaje	3. Transmite información escrita, aplicando las técnicas de estilo a diferentes tipos de documentos propios de la empresa y de la Administración Pública.	• Transmisión de comunicación escrita en la empresa:	Bloque de contenidos
Criterios de Evaluación	<p>a) Se han identificado los soportes para elaborar y transmitir los documentos: tipo de papel, sobres y otros.</p> <p>b) Se han identificado los canales de transmisión: correo convencional, correo electrónico, fax, mensajes cortos o similares.</p> <p>c) Se han diferenciado los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad, y confidencialidad.</p> <p>d) Se ha identificado al destinatario observando las debidas normas de protocolo.</p> <p>e) Se han clasificado las tipologías más habituales de documentos dentro de la empresa según su finalidad.</p> <p>f) Se ha redactado el documento apropiado, cumpliendo las normas ortográficas y sintácticas en función de su finalidad y de la situación de partida.</p> <p>g) Se han identificado las herramientas de búsqueda de información para elaborar la documentación.</p> <p>h) Se han utilizado las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos o autoedición.</p> <p>i) Se han cumplimentado los libros de registro de entrada y salida de correspondencia y paquetería en soporte informático y/o convencional.</p> <p>j) Se ha utilizado la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos establecidos para las empresas e instituciones públicas y privadas.</p> <p>k) Se han aplicado, en la elaboración de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).</p>	<p>— La comunicación escrita en la empresa.</p> <p>— Normas de comunicación y expresión escrita.</p> <p>- Normas ortográficas, sintácticas y de léxico en la correspondencia comercial.</p> <p>— Características principales de la correspondencia comercial.</p> <p>— La carta comercial. Estructura.</p> <p>- Estilos de la carta comercial.</p> <p>- Clases de cartas comerciales.</p> <p>— Formatos tipo de documentos de uso en la empresa y en las Administraciones Públicas.</p> <p>— Medios y equipos ofimáticos y telemáticos.</p> <p>— El correo electrónico. Estructura y redacción. La recepción de la correspondencia.</p> <p>— Servicios de correos, circulación interna de correspondencia y paquetería.</p> <p>— Envío de correspondencia.</p> <p>— Procedimientos de registro de entrada y salida de correspondencia y paquetería.</p> <p>— Aplicación de procedimientos de seguridad y confidencialidad de la información.</p> <p>— Aplicación de las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).</p>	Contenidos Básicos



Resultado de Aprendizaje	4. Archiva información en soporte papel e informático, reconociendo los criterios de eficiencia y ahorro en los trámites administrativos.	• Archivo de la información en soporte papel e informático:	Bloque de contenidos
Criterios de Evaluación	<p>a) Se ha descrito la finalidad de organizar la información y los objetivos que se persiguen.</p> <p>b) Se han diferenciado las técnicas de organización de información que se pueden aplicar en una empresa o institución, así como los procedimientos habituales de registro, clasificación y distribución de la información en las organizaciones.</p> <p>c) Se han identificado los soportes de archivo y registro y las prestaciones de las aplicaciones informáticas específicas más utilizadas en función de las características de la información a almacenar.</p> <p>d) Se han identificado las principales bases de datos de las organizaciones, su estructura y funciones</p> <p>e) Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiados al tipo de documentos.</p> <p>f) Se han realizado árboles de archivos informáticos para ordenar la documentación digital.</p> <p>g) Se han aplicado las técnicas de archivo en los intercambios de información telemática (intranet, extranet, correo electrónico).</p> <p>h) Se han reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación y detectado los errores que pudieran producirse en él.</p> <p>i) Se han respetado los niveles de protección, seguridad y acceso a la información, así como la normativa vigente tanto en documentos físicos como en bases de datos informáticas.</p> <p>j) Se han aplicado, en la elaboración y archivo de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).</p>	<p>— Archivo de la información en soporte papel.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Clasificación y ordenación de documentos. Clasificación de la información. Criterios de clasificación. Sistemas de clasificación. - Normas de clasificación. Ventajas e inconvenientes. - Técnicas de archivo. Naturaleza. Finalidad del archivo. - Archivo de documentos. Captación, elaboración de datos y su custodia. Normas para el archivo. - El libro de registro - Sistemas de archivo. Convencionales. Por microfilme. Informáticos. - Centralización o descentralización del archivo. - El proceso de archivo. - Confección y presentación de informes procedentes del archivo. - La purga o destrucción de la documentación. - Confidencialidad de la información y documentación. <p>— Archivo de la información en soporte informático:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Las bases de datos para el tratamiento de la información. - Estructura y funciones de una base de datos. - Procedimientos de protección de datos. - Archivos y carpetas. Identificación y organización. - Organización en carpetas del correo electrónico y otros sistemas de comunicación telemática 	Contenidos Básicos



<p>Resultado de Aprendizaje</p>	<p>5. Reconoce necesidades de posibles clientes aplicando técnicas de comunicación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Reconocimiento de necesidades de clientes: 	<p>Bloque de contenidos</p>
<p>Criterios de Evaluación</p>	<p>a) Se han desarrollado técnicas de comunicación y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente en situaciones de atención/asesoramiento al mismo.</p> <p>b) Se han identificado las fases que componen el proceso de atención al cliente/consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación.</p> <p>c) Se han reconocido los errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente.</p> <p>d) Se ha identificado el comportamiento del cliente.</p> <p>e) Se han analizado las motivaciones de compra o demanda de un servicio del cliente.</p> <p>f) Se ha obtenido, en su caso, la información histórica del cliente.</p> <p>g) Se ha adaptado adecuadamente la actitud y discurso a la situación de la que se parte.</p> <p>h) Se ha observado la forma y actitud adecuadas en la atención y asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado.</p> <p>i) Se han distinguido las distintas etapas de un proceso comunicativo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> — Concepto e identificación del cliente, el cliente interno, el cliente externo. — El conocimiento del cliente y sus motivaciones. - Teorías de la motivación. — El comportamiento del consumidor. - Modelos que explican el comportamiento del consumidor. - Factores que determinan el comportamiento del consumidor. - El proceso de decisión de compras. — Elementos de la atención al cliente, entorno, organización y empleados. — Fases de la atención al cliente, la acogida, el seguimiento, la gestión y la despedida. — La percepción del cliente respecto a la atención recibida. — La satisfacción del cliente. Factores de los que depende. — Los procesos en contacto con el cliente externo. 	<p>Contenidos Básicos</p>



Resultado de Aprendizaje	6. Atiende consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes aplicando la normativa vigente en materia de consumo.	<ul style="list-style-type: none"> Atención de consultas, quejas y reclamaciones 	Bloque de contenidos
Criterios de Evaluación	<p>a) Se han descrito las funciones del departamento de atención al cliente en empresas.</p> <p>b) Se ha interpretado la comunicación recibida por parte del cliente.</p> <p>c) Se han identificado los elementos de la queja/reclamación.</p> <p>d) Se han reconocido las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/reclamaciones.</p> <p>e) Se ha identificado y localizado la información que hay que suministrar al cliente.</p> <p>f) Se han utilizado los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones.</p> <p>g) Se ha cumplimentado, en su caso, un escrito de respuesta utilizando medios electrónicos u otros canales de comunicación.</p> <p>h) Se ha reconocido la importancia de la protección del consumidor.</p> <p>i) Se ha identificado la normativa en materia de consumo.</p> <p>j) Se han diferenciado los tipos de demanda o reclamación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> — El departamento de atención al cliente. Funciones. — Valoración del cliente de la atención recibida, reclamación, queja, sugerencias, felicitación. — Elementos de una queja o reclamación. — Las fases de la resolución de quejas/reclamaciones. — Gestión reactiva de las reclamaciones - Circuito de las reclamaciones. - Organización del departamento. — Gestión reactiva de las reclamaciones - La anticipación a los errores. - El seguimiento de los clientes perdidos. — El consumidor. - Derechos básicos. - Derechos específicos. — Instituciones de consumo. - Instituciones públicas. - Organismos privados. - Arbitraje. — Normativa en materia de consumo — Procedimiento de recogida de las reclamaciones y denuncias. - Recepción, registro y acuse de recibo. — Tramitación y gestión. - Tipos de demandas - La hoja de reclamaciones. 	Contenidos Básicos



Resultado de Aprendizaje	7. Potencia la imagen de empresa reconociendo y aplicando los elementos y herramientas del marketing.	<ul style="list-style-type: none"> • Potenciación de la imagen de la empresa 	Bloque de contenidos
Criterios de Evaluación	<p>a) Se ha identificado el concepto de marketing.</p> <p>b) Se han reconocido las funciones principales del marketing.</p> <p>c) Se ha valorado la importancia del departamento de marketing.</p> <p>d) Se han diferenciado los elementos y herramientas básicos que componen el marketing.</p> <p>e) Se ha valorado la importancia de la imagen corporativa para conseguir los objetivos de la empresa.</p> <p>f) Se ha valorado la importancia de las relaciones públicas y la atención al cliente para la imagen de la empresa.</p> <p>g) Se ha identificado la fidelización del cliente como un objetivo prioritario del marketing.</p>	<p>— Naturaleza y alcance del marketing.</p> <p>- La imagen corporativa.</p> <p>- Concepto de marketing. El departamento de marketing. Funciones.</p> <p>- Los elementos del marketing. Producto, precio, distribución, promoción, logística, relación con los clientes, entre otros.</p> <p>— El marketing en la actividad económica, su influencia en la imagen de la empresa.</p> <p>— Políticas de comunicación.</p> <p>- La publicidad. Concepto, principios y objetivos. Tipos de publicidad. Publicidad ilícita. Medios, soportes y formas publicitarias.</p> <p>- Las relaciones públicas. Concepto. Actividades que desarrolla.</p> <p>- La Responsabilidad Social Corporativa. Concepto. Elementos. Ventajas. Valores agregados.</p>	Contenidos Básicos



Resultado de Aprendizaje	8. Aplica procedimientos de calidad en la atención al cliente identificando los estándares establecidos.	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicación de procedimientos de calidad en la atención al cliente 	Bloque de contenidos
Criterios de Evaluación	<p>a) Se han identificado los factores que influyen en la prestación del servicio al cliente.</p> <p>b) Se han descrito las fases del procedimiento de relación con los clientes.</p> <p>c) Se han descrito los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio.</p> <p>d) Se ha valorado la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos.</p> <p>e) Se han detectado los errores producidos en la prestación del servicio.</p> <p>f) Se ha aplicado el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas.</p> <p>g) Se ha explicado el significado e importancia del servicio post-venta en los procesos comerciales.</p> <p>h) Se han definido las variables constitutivas del servicio post-venta y su relación con la fidelización del cliente.</p> <p>i) Se han identificado las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio post-venta.</p> <p>j) Se han descrito los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio post-venta, así como sus fases y herramientas.</p>	<p>— La calidad de servicio como elemento de la competitividad de la empresa.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Concepto, factores que influyen. - Actuación eficaz en el trato con el cliente. - Servicio postventa. <p>— Tratamiento de anomalías producidas en la prestación del servicio.</p> <ul style="list-style-type: none"> — Procedimientos de control del servicio. - La calidad del servicio. - Los estándares de calidad del servicio. - La anticipación a los problemas. — Evaluación y control del servicio. — Control del servicio postventa. - Procedimientos. - Análisis de la información. - La gestión de las relaciones con los clientes (CRM). — La fidelización del cliente. El plan de marketing relacional. 	Contenidos Básicos

7.- ORGANIZACIÓN Y SECUENCIACIÓN DE UNIDADES DE APRENDIZAJE

El primer paso para vertebrar la formación lo hemos dado a partir del Resultado de Aprendizaje (y su ponderación en función de su contribución a la adquisición de las competencias del módulo) se identifican las Unidades de Aprendizaje teniendo en cuenta los procesos de servicio que hay implícitos en cada Resultado de Aprendizaje a través de sus Criterios de Evaluación.

Esta vertebración se ha realizado teniendo en cuenta la forma en que contribuye a alcanzar las Competencias Profesionales Personales y Sociales y los Objetivos Generales.

Todo esto, teniendo en cuenta tanto el ámbito general (Competencias y Objetivos Generales), la concreción curricular (Resultados de Aprendizaje y Criterios de Evaluación) y la Organización y Estructura de Aprendizaje (Unidades de Aprendizaje), se recoge en la siguiente tabla:

Concreción Curricular			Estructura de Aprendizaje	
RA	%	CE	UA	Denominación
1	15,63%	a, b, c, d, e, f, g, h, i	1	Empresa y comunicación
2	26,25%	a, b, c, d, e, f, g, h, i, j	2	Comunicación presencial y Comunicación telefónica
3	21,88%	a, b, c, d, e, f, g, h, i, j, k	3	Comunicación escrita El tratamiento de la correspondencia y paquetería
4	5%	a, b, c, d, e, f, g, h, i, j	4	Archivo y clasificación de documentos
5 y 8	6,25% 3,12%	a, b, c, d, e, f, g, h, i a, b, c, d, e, f, g, h, i, j	5	Detección de las necesidades del cliente y de su satisfacción
6	12,5%	a, b, c, d, e, f, g, h, i, j	6	Atención de quejas y reclamaciones
7	9,37%	a, b, c, d, e, f, g	7	Imagen empresarial

7.1.- TEMPORALIZACIÓN DE UNIDADES DE APRENDIZAJE

A continuación, se ha establecido una temporalización y se ha asignado unas horas en función de la complejidad en la adquisición de las competencias que se trabajan en cada unidad. Además, se ha considerado la ponderación de cada Resultado de Aprendizaje para poder determinar cuál es la contribución de cada unidad a alcanzar el resultado de aprendizaje.

Esto se recoge en la siguiente tabla:

Concreción Curricular			Estructura de Aprendizaje			
RA	%	CE	UA	Denominación	Horas	Trimestre
1	15,63%	a, b, c, d, e, f, g, h, i	1	Empresa y comunicación	25	T 1
2	26,25%	a, b, c, d, e, f, g, h, i, j	2	Comunicación presencial y Comunicación telefónica	42	
3	21,88%	a, b, c, d, e, f, g, h, i, j, k	3	Comunicación escrita. El tratamiento de la correspondencia y paquetería	35	T 2
4	5%	a, b, c, d, e, f, g, h, i, j	4	Archivo y clasificación de documentos	8	
5 y 8	6,25% 3,12%	a, b, c, d, e, f, g, h, i a, b, c, d, e, f, g, h, i, j	5	Detección de las necesidades del cliente y de su satisfacción.	15	
6	12,5%	a, b, c, d, e, f, g, h, i, j	6	Atención de quejas y reclamaciones	20	T 3
7	9,37%	a, b, c, d, e, f, g	7	Imagen empresarial	15	



8.- UNIDADES DE APRENDIZAJE

Unidad de Aprendizaje N°1: EMPRESA Y COMUNICACIÓN			
Temporalización: 1er trimestre	Duración: 25 horas	Ponderación: 15,63%	
Objetivos Generales		Competencias	
a) Analizar el flujo de información y la tipología y finalidad de los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa, para tramitarlos.		a) Tramitar documentos o comunicaciones internas o externas en los circuitos de información de la empresa. r) Participar en el trabajo en equipo respetando la jerarquía definida en la organización	
Resultados de Aprendizaje			
1. Selecciona técnicas de comunicación, relacionándolas con la estructura e imagen de la empresa y los flujos de información existentes en ella.			
Objetivos Específicos			
<ul style="list-style-type: none"> - Acciones para mejorar la comunicación en la empresa. - Como defenderse de las barreras comunicativas. - Procedimientos para obtener un óptimo proceso comunicativo. - Análisis de los beneficios de las redes sociales en la comunicación de las empresas. - Funcionamiento de las redes sociales corporativas. 			
Aspectos del Saber Hacer/Estar	Aspectos del Saber		
<ul style="list-style-type: none"> • Identificar los distintos tipos de organizaciones y su organigrama funcional. • Analizar los conceptos de imagen y cultura de la empresa. • Reconocer los elementos y procesos que intervienen en la comunicación. • Presentar adecuadamente el mensaje. • Adecuar la información al destinatario y al canal. • Identificar los flujos de información dentro de la empresa. • Detectar los obstáculos que pueden existir en un proceso de comunicación. <ul style="list-style-type: none"> - Participar en las actividades de la empresa con respeto y tolerancia. - Respetar la jerarquía definida. - Asegurar los niveles de calidad relacionados con la imagen de la empresa. 	<p>El proceso de comunicación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Concepto de comunicación. • Elementos del proceso de comunicación. • El proceso comunicativo. <p>La comunicación en la empresa:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sistemas de comunicación empresariales. • Flujos de información en la empresa. • Tipos de comunicación en la empresa. • Comunicación formal e informal. • Comunicación interna y externa. • Relaciones Laborales. • Publicidad. • Relaciones Públicas. <p>La eficacia de la comunicación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Obstáculos en el proceso de comunicación. • Tipos de barreras comunicativas. <p>Errores en la comunicación.</p>		
Tareas y Actividades			
Presentación de contenidos a través de Power Point. Explicación de contenidos. Consolidación de conceptos. Portfolio de actividades y casos prácticos. COMPRUEBA TU APRENDIZAJE. Actividades de evaluación teniendo en cuenta los instrumentos de evaluación a utilizar.			
Criterios de Evaluación		%	IE
a) Se ha reconocido la necesidad de comunicación entre las personas.		10%	Prueba escrita
b) Se ha distinguido entre comunicación e información.		10%	
c) Se han distinguido los elementos y procesos que intervienen en la comunicación.		10%	Prueba práctica



d) Se han reconocido los obstáculos que pueden existir en un proceso de comunicación.	10%	Prueba oral Observación Cuaderno Test Trabajo Casa Exposición Oral Trabajo Búsqueda Internet
e) Se ha determinado la mejor forma y actitud a la hora de presentar el mensaje.	10%	
f) Se han identificado los conceptos de imagen y cultura de la empresa.	10%	
g) Se han diferenciado los tipos de organizaciones y su organigrama funcional.	10%	
h) Se han distinguido las comunicaciones internas y externas y los flujos de información dentro de la empresa.	10%	
i) Se ha seleccionado el destinatario y el canal adecuado para cada situación.	10%	

Recursos

El libro de texto que va a utilizarse el presente curso como guía para el desarrollo del módulo es: *Comunicación Empresarial y Atención al Cliente* (2021), ed. McGraw Hill.

Y los recursos disponibles en el aula para el alumnado son:

- Un ordenador por cada alumno.
- Internet.
- Software específico: Microsoft Office, navegador internet...
- Cañón proyector.
- Una pizarra.

Otros recursos:

- Presentaciones acerca de las distintas unidades y ejercicios, así como plantillas para los ejercicios propuestos.
- Tutoriales en Internet, Youtube, Dropbox/ Drive / Classroom.

Unidad de Aprendizaje Nº 2: LA COMUNICACIÓN PRESENCIAL Y COMUNICACIÓN TELEFÓNICA

Temporalización: 1er trimestre

Duración: 42 horas

Ponderación: 26,25%

Objetivos Generales

Competencias

a) Analizar el flujo de información y la tipología y finalidad de los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa, para tramitarlos.

a) Tramitar documentos o comunicaciones internas o externas en los circuitos de información de la empresa.
 r) Participar en el trabajo en equipo respetando la jerarquía definida en la organización

Resultados de Aprendizaje

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

Objetivos Específicos

Transmisión información de forma oral vinculándola a los usos y costumbres socioprofesionales de la empresa.

Aspectos del Saber Hacer/Estar

Aspectos del Saber

- Elaboración del mensaje verbal en la comunicación presencial.
- Adaptación de la comunicación al interlocutor.
- Utilización del protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales.
- Identificación de las posibles dificultades de transmisión.
- Análisis de errores cometidos y propuesta de correcciones.
- Importancia de que la transmisión de la información se realice con claridad,

La comunicación presencial: elementos y situaciones:

- Principios básicos de la comunicación verbal.

Técnicas de comunicación presencial:

- Dificultades de transmisión.
- Normas de protocolo de comunicación verbal y no verbal.

La comunicación no verbal:

- Lenguaje no verbal.

Costumbres socioculturales y usos empresariales:

- Costumbres socioculturales y usos empresariales.

Criterios de calidad en la comunicación presencial:



<p>de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y sensibilidad.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Importancia de adaptar la actitud y conversación a cada situación concreta. • Valoración del uso del léxico y expresiones adecuadas en las comunicaciones presenciales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Factores para la correcta transmisión de la información. • Errores frecuentes y acciones correctivas.
---	--

Tareas y Actividades

Presentación de contenidos a través de Power Point.
 Explicación de contenidos.
 Consolidación de conceptos.
 Portfolio de actividades y casos prácticos. **COMPRUEBA TU APRENDIZAJE.**
 Actividades de evaluación teniendo en cuenta los instrumentos de evaluación a utilizar.

Criterios de Evaluación	%	IE
a) Se han identificado los principios básicos a tener en cuenta en la comunicación verbal.	10%	Prueba escrita Prueba práctica Prueba oral Observación Cuaderno Test Trabajo Casa Exposición Oral Trabajo Búsqueda Internet
b) Se ha identificado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales.	10%	
c) Se han tenido en cuenta las costumbres socioculturales y los usos empresariales.	10%	
d) Se ha identificado al interlocutor, observando las debidas normas de protocolo, adaptando su actitud y conversación a la situación de la que se parte.	10%	
e) Se ha elaborado el mensaje verbal, de manera concreta y precisa, valorando las posibles dificultades en su transmisión.	10%	
f) Se ha utilizado el léxico y expresiones adecuados al tipo de comunicación y a los interlocutores.	10%	
g) Se ha presentado el mensaje verbal elaborado utilizando el lenguaje no verbal más adecuado.	10%	
h) Se han utilizado equipos de telefonía e informáticos aplicando las normas básicas de uso.	10%	
i) Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y sensibilidad.	10%	
j) Se han analizado los errores cometidos y propuesto las acciones correctivas necesarias.	10%	

Recursos

El libro de texto que va a utilizarse el presente curso como guía para el desarrollo del módulo es: *Comunicación Empresarial y Atención al Cliente* (2021), ed. McGraw Hill.
 Y los recursos disponibles en el aula para el alumnado son:

- Un ordenador por cada alumno.
- Internet.
- Software específico: Microsoft Office, navegador internet...
- Cañón proyector.
- Una pizarra.

Otros recursos:

- Presentaciones acerca de las distintas unidades y ejercicios, así como plantillas para los ejercicios propuestos.
- Tutoriales en Internet, Youtube, Dropbox/ Drive / Classroom.



Unidad de Aprendizaje N°3: LA COMUNICACIÓN ESCRITA. EL TRATAMIENTO DE LA CORRESPONDENCIA Y PAQUETERÍA		
Temporalización: 2º Trimestre	Duración: 35 horas	Ponderación: 21,88%
Objetivos Generales		Competencias
b) Analizar los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa, reconociendo su estructura, elementos y características para elaborarlos. d) Analizar las posibilidades de las aplicaciones y equipos informáticos, relacionándolas con su empleo más eficaz en el tratamiento de la información para elaborar documentos y comunicaciones. e) Realizar documentos y comunicaciones en el formato característico y con las condiciones de calidad correspondiente, aplicando las técnicas de tratamiento de la información en su elaboración.		b) Elaborar documentos y comunicaciones a partir de órdenes recibidas o información obtenida. q) Adaptarse a diferentes puestos de trabajo y nuevas situaciones laborales, originados por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos
Resultados de Aprendizaje		
3. Transmite información escrita, aplicando las técnicas de estilo a diferentes tipos de documentos propios de la empresa y de la Administración Pública.		
Objetivos Específicos		
Desarrollar en el alumno/a la capacidad para transmitir información escrita, aplicando las técnicas de estilo a diferentes tipos de documentos propios de la empresa y de la Administración Pública, también debe ser capaz de recibir y procesar las comunicaciones internas y externas correctamente.		
Aspectos del Saber Hacer/Estar		Aspectos del Saber
<ul style="list-style-type: none"> • Distinguir las características propias de la comunicación oral y escrita. • Usar correctamente el lenguaje al redactar documentos escritos. • Aplicar los principios fundamentales de redacción en la elaboración de documentos escritos. • Usar adecuadamente las normas de protocolo en la redacción de documentos escritos. • Elaborar documentos escritos aplicando un uso correcto del lenguaje. • Elaborar documentos escritos en los que se cumplan las normas de estilo y presentación. • Usar adecuadamente cada tipo de documento en función a su finalidad, cumpliendo con las normas de estilo y presentación estudiadas. • Aplicación adecuada de la normalización de impresos y documentos en una situación real. • Desarrollar técnicas de búsqueda de información en bases de datos, Internet y Boletines Oficiales, a fin de facilitar la obtención de información. • Valorar la importancia de una adecuada redacción de documentos escritos para el desarrollo de la imagen empresarial. 		Elementos de la comunicación escrita: <ul style="list-style-type: none"> • Definición de comunicación oral y escrita. • Especificidades de la comunicación escrita. Redacción de escritos: <ul style="list-style-type: none"> • Pasos para redactar un escrito. • Claridad, sencillez, concreción y cortesía. • Tratamiento adecuado según el destinatario. • Ortografía, puntuación y acentuación. • Elementos formales de presentación de escritos. Documentos propios de la empresa y de la Administración Pública: <ul style="list-style-type: none"> • Aviso y memorándum. Estructuras. • Informe. Estructura. Tipos de informes. • Convocatoria y acta. Estructuras. • Carta. Estructura. Tipos de cartas. Estilos. • Invitación y saluda. Estructuras. • Instancia o solicitud. Estructura. • Oficio y certificado. Estructuras. Soportes para elaborar y transmitir documentos: <ul style="list-style-type: none"> • Soporte papel. Tipos de papel y de sobres. • Normalización de impresos y de documentos. • Tipos de soportes digitales. Canales de transmisión de documentos: <ul style="list-style-type: none"> • Servicios de correo convencional. • Fax. Funcionamiento. • Correo electrónico. Principales amenazas. • SMS.



<ul style="list-style-type: none"> • Importancia de usar un tratamiento adecuado al destinatario al elaborar un documento escrito. • Importancia de la elaboración de documentos escritos aplicando un uso correcto del lenguaje. • Importancia de las normas de estilo para la imagen de la empresa. • Valorar el uso adecuado de cada tipo de documento según la situación, respetando la organización interna preestablecida en cada uno de ellos. • Valorar la importancia de la aplicación de las técnicas 3R en la empresa como un medio de incremento de eficiencia. • Valorar la importancia de los distintos soportes digitales y telemáticos como medio de transmisión y consulta de información. • Valorar la importancia de las bases de datos y los procesadores de texto como instrumentos válidos para la obtención de información y elaboración de documentos escritos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación telemática. <p>Herramientas de búsqueda de información:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fuente de información. • Base de datos. Características. • Herramientas de búsqueda en internet. • Boletines Oficiales. <p>Aplicaciones informáticas de procesamiento de textos.</p> <p>Procesador de textos. Funciones.</p>
--	--

Tareas y Actividades

Presentación de contenidos a través de Power Point.
 Explicación de contenidos.
 Consolidación de conceptos.
 Portfolio de actividades y casos prácticos. **COMPRUEBA TU APRENDIZAJE.**
 Actividades de evaluación teniendo en cuenta los instrumentos de evaluación a utilizar.

Criterios de Evaluación	%	IE
a) Se han identificado los soportes para elaborar y transmitir los documentos: tipo de papel, sobres y otros.	5%	Prueba escrita
b) Se han identificado los canales de transmisión: correo convencional, correo electrónico, fax, mensajes cortos o similares.	5%	
c) Se han diferenciado los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad, y confidencialidad.	5%	
d) Se ha identificado al destinatario observando las debidas normas de protocolo.	10%	Prueba oral
e) Se han clasificado las tipologías más habituales de documentos dentro de la empresa según su finalidad.	15%	Observación Cuaderno
f) Se ha redactado el documento apropiado, cumpliendo las normas ortográficas y sintácticas en función de su finalidad y de la situación de partida.	20%	Test
g) Se han identificado las herramientas de búsqueda de información para elaborar la documentación.	10%	Trabajo Casa
h) Se han utilizado las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos o autoedición.	5%	Exposición Oral
i) Se han cumplimentado los libros de registro de entrada y salida de correspondencia y paquetería en soporte informático y/o convencional.	15%	
j) Se ha utilizado la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos establecidos para las empresas e instituciones públicas y privadas.	5%	Trabajo Búsqueda Internet
k) Se han aplicado, en la elaboración de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).	5%	

Recursos

El libro de texto que va a utilizarse el presente curso como guía para el desarrollo del módulo es: *Comunicación Empresarial y Atención al Cliente* (2021), ed. McGraw Hill.
 Y los recursos disponibles en el aula para el alumnado son:



- Un ordenador por cada alumno.
 - Internet.
 - Software específico: Microsoft Office, navegador internet...
 - Cañón proyector.
 - Una pizarra.
- Otros recursos:
- Presentaciones acerca de las distintas unidades y ejercicios, así como plantillas para los ejercicios propuestos.
 - Tutoriales en Internet, Youtube, Dropbox/ Drive / Classroom.

Unidad de Aprendizaje N°4: ARCHIVO Y CLASIFICACIÓN DE DOCUMENTOS.	
Temporalización: 2º Trimestre	Duración: 8 horas
Ponderación: 5%	
Objetivos Generales	Competencias
f) Analizar y elegir los sistemas y técnicas de preservación de comunicaciones y documentos adecuados a cada caso, aplicándolas de forma manual e informática para clasificarlos, registrarlos y archivarlos.	c) Clasificar, registrar y archivar comunicaciones y documentos según las técnicas apropiadas y los parámetros establecidos en la empresa. m) Mantener el espíritu de innovación, de mejora de los procesos de producción y de actualización de conocimientos en el ámbito de su trabajo.
Resultados de Aprendizaje	
4. Archiva información en soporte papel e informático, reconociendo los criterios de eficiencia y ahorro en los trámites administrativos.	
Objetivos Específicos	
Archivar información en soporte papel informático, reconociendo los criterios de eficiencia y ahorro en los trámites administrativos. Gestionar el archivo en soporte convencional e informático.	
Aspectos del Saber Hacer/Estar	Aspectos del Saber
<ul style="list-style-type: none"> • Clasificar y ordenar adecuadamente los principales documentos empresariales en función del sistema de clasificación más adecuado al caso. • Aplicar convenientemente los procedimientos de gestión de documentación, según su vida útil. • Aplicación de la Ley Orgánica de Protección de Datos (LOPD) en la labor de archivo. • Valorar la sistematicidad en el desarrollo de labores de archivo. • Valorar la importancia del archivo para la obtención de información empresarial y para la posterior toma de decisiones. • Importancia de la gestión informática de datos para la obtención de información. • Importancia de la aplicación de las técnicas 3R en la labor de archivo. • Sensibilizar sobre los riesgos que tiene para una empresa no proteger convenientemente los datos personales archivados. 	<p>El archivo: concepto y finalidad:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Objetivos de la organización de la información. • Concepto de archivo. • Reglas de archivo más importantes. <p>Tipos de archivos empresariales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Archivo activo, semiactivo e inactivo. • Tipos de gestión de un archivo. <p>Sistemas de clasificación de documentos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sistema alfabético. • Sistema numérico. • Sistema geográfico. • Sistema cronológico. • Sistema temático. • Sistema alfanumérico. <p>Archivo de documentos en formato papel:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Procedimiento de entrada, conservación, consulta y destrucción de documentación. • Diferencia entre datos e información. <p>Archivo informático de datos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ventajas del archivo informático de datos. • Ordenación de los datos informáticos. • Sistemas de gestión de datos. • Definición de base de datos. Componentes. • Archivo de la información digital. • Estructura y funciones de las bases de datos. <p>Soportes y materiales de archivo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Materiales y dispositivos de archivo en formato papel y digital



	<ul style="list-style-type: none"> • Técnica 3R (reducir, reutilizar, reciclar). <p>La protección de la información: la LOPD:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Medidas y normativa para la protección, seguridad y acceso a la información. • Control de datos personales. La Ley Orgánica de Protección de Datos.
--	---

Tareas y Actividades

Presentación de contenidos a través de Power Point.
 Explicación de contenidos.
 Consolidación de conceptos.
 Portfolio de actividades y casos prácticos. **COMPRUEBA TU APRENDIZAJE.**
 Actividades de evaluación teniendo en cuenta los instrumentos de evaluación a utilizar.

Criterios de Evaluación	%	IE
a) Se ha descrito la finalidad de organizar la información y los objetivos que se persiguen.	10%	Prueba escrita Prueba práctica Prueba oral Observación Cuaderno Test Trabajo Casa Exposición Oral Trabajo Búsqueda Internet
b) Se han diferenciado las técnicas de organización de información que se pueden aplicar en una empresa o institución, así como los procedimientos habituales de registro, clasificación y distribución de la información en las organizaciones.	15%	
c) Se han identificado los soportes de archivo y registro y las prestaciones de las aplicaciones informáticas específicas más utilizadas en función de las características de la información a almacenar.	10%	
d) Se han identificado las principales bases de datos de las organizaciones, su estructura y funciones	5%	
e) Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiados al tipo de documentos.	15%	
f) Se han realizado árboles de archivos informáticos para ordenar la documentación digital.	10%	
g) Se han aplicado las técnicas de archivo en los intercambios de información telemática (intranet, extranet, correo electrónico).	10%	
h) Se han reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación y detectado los errores que pudieran producirse en él.	10%	
i) Se han respetado los niveles de protección, seguridad y acceso a la información, así como la normativa vigente tanto en documentos físicos como en bases de datos informáticas.	10%	
j) Se han aplicado, en la elaboración y archivo de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).	5%	

Recursos

El libro de texto que va a utilizarse el presente curso como guía para el desarrollo del módulo es: *Comunicación Empresarial y Atención al Cliente* (2021), ed. McGraw Hill.
 Y los recursos disponibles en el aula para el alumnado son:

- Un ordenador por cada alumno.
- Internet.
- Software específico: Microsoft Office, navegador internet...
- Cañón proyector.
- Una pizarra.

Otros recursos:

- Presentaciones acerca de las distintas unidades y ejercicios, así como plantillas para los ejercicios propuestos.
- Tutoriales en Internet, Youtube, Dropbox/ Drive / Classroom.



Unidad de Aprendizaje Nº 5: DETECCIONES DE LAS NECESIDADES DEL CLIENTE Y DE SU SATISFACCIÓN.

Temporalización: 3er trimestre. **Duración:** 15 horas **Ponderación:** 9,37%

Objetivos Generales	Competencias
ñ) Transmitir comunicaciones de forma oral, telemática o escrita, adecuándolas a cada caso y analizando los protocolos de calidad e imagen empresarial o institucional para desempeñar las actividades de atención al cliente/usuario	i) Desempeñar las actividades de atención al cliente/usuario en el ámbito administrativo y comercial asegurando los niveles de calidad establecidos y relacionados con la imagen de la empresa /institución. p) Participar en las actividades de la empresa con respeto y actitudes de tolerancia.

Resultados de Aprendizaje

- 5. Reconoce necesidades de posibles clientes aplicando técnicas de comunicación.**
- 8. Aplica procedimientos de calidad en la atención al cliente identificando los estándares establecidos.**

Objetivos Específicos

Reconocer las necesidades de posibles clientes a través de la aplicación de técnicas de comunicación. Aplicar procedimientos de calidad en la atención al cliente identificando los estándares establecidos.

Aspectos del Saber Hacer/Estar	Aspectos del Saber
<ul style="list-style-type: none"> • Análisis de los factores que influyen en el comportamiento de un cliente tipo. • Análisis del proceso de compra desarrollado por un cliente tipo. • Desarrollo adecuado del proceso comunicativo de atención a un cliente tipo. • Tratamiento adecuado de las anomalías detectadas en el servicio. <p>ACTITUDINALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Importancia del conocimiento del cliente para lograr su fidelización. • Importancia de la fidelización de la clientela. • Importancia del departamento de atención al cliente para la satisfacción de la clientela. • Importancia de la satisfacción global de la clientela para el futuro de la empresa. • Importancia de la búsqueda de la excelencia empresarial. 	<p>El cliente y su importancia para la empresa:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Concepto de cliente. Tipos de clientes. • Cliente, consumidor y usuario. • Importancia del cliente para la empresa. • Marketing relacional. • El cliente como fuente de información. <p>Las motivaciones del cliente y el proceso de compra:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El proceso de compra. • Motivaciones que sustentan la compra. • Pirámide de Maslow. Tipos de necesidades. • Factores que marcan el comportamiento del cliente. • El proceso de decisión de compra. <p>Elementos de la atención al cliente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organización, entorno y empleados. <p>El departamento de atención al cliente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La comunicación con el cliente. • Objetivos y funciones del departamento de atención al cliente. • Organización de la atención al cliente. • Calidad del departamento de atención al cliente. <p>Comunicación y asesoramiento en la atención al cliente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fases del proceso de atención al cliente. <p>Satisfacción y calidad:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Calidad y satisfacción. • Calidad del servicio y calidad percibida. • Calidad total y excelencia empresarial. • Principios para satisfacer al cliente. <p>Evaluación del servicio y fidelización del cliente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Expectativas y percepciones del cliente. • Anomalías y tratamiento de las mismas. • Fidelización de la clientela. • Tratamiento de anomalías en el servicio.

Tareas y Actividades



Presentación de contenidos a través de Power Point. Explicación de contenidos. Consolidación de conceptos. Portfolio de actividades y casos prácticos. COMPRUEBA TU APRENDIZAJE. Actividades de evaluación teniendo en cuenta los instrumentos de evaluación a utilizar.		
Criterios de Evaluación	%	IE
RA 5		
a) Se han desarrollado técnicas de comunicación y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente en situaciones de atención/asesoramiento al mismo.	10%	Prueba escrita Prueba práctica Prueba oral Observación Cuaderno Test Trabajo Casa Exposición Oral Trabajo Búsqueda Internet
b) Se han identificado las fases que componen el proceso de atención al cliente/consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación.	10%	
c) Se han reconocido los errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente.	15%	
d) Se ha identificado el comportamiento del cliente.	10%	
e) Se han analizado las motivaciones de compra o demanda de un servicio del cliente.	10%	
f) Se ha obtenido, en su caso, la información histórica del cliente.	10%	
g) Se ha adaptado adecuadamente la actitud y discurso a la situación de la que se parte.	10%	
h) Se ha observado la forma y actitud adecuadas en la atención y asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado.	10%	
i) Se han distinguido las distintas etapas de un proceso comunicativo.	15%	
RA 8		
a) Se han identificado los factores que influyen en la prestación del servicio al cliente.	10%	Prueba escrita Prueba práctica Prueba oral Observación Cuaderno Test Trabajo Casa Exposición Oral Trabajo Búsqueda Internet
b) Se han descrito las fases del procedimiento de relación con los clientes.	10%	
c) Se han descrito los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio.	10%	
d) Se ha valorado la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos.	10%	
e) Se han detectado los errores producidos en la prestación del servicio.	10%	
f) Se ha aplicado el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas.	15%	
h) Se han definido las variables constitutivas del servicio post-venta y su relación con la fidelización del cliente.	10%	
i) Se han identificado las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio post-venta.	15%	
j) Se han descrito los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio post-venta, así como sus fases y herramientas.	10%	
Recursos		
El libro de texto que va a utilizarse el presente curso como guía para el desarrollo del módulo es: <i>Comunicación Empresarial y Atención al Cliente</i> (2021), ed. McGraw Hill. Y los recursos disponibles en el aula para el alumnado son: <ul style="list-style-type: none"> • Un ordenador por cada alumno. • Internet. • Software específico: Microsoft Office, navegador internet... • Cañón proyector. • Una pizarra. Otros recursos: <ul style="list-style-type: none"> • Presentaciones acerca de las distintas unidades y ejercicios, así como plantillas para los ejercicios propuestos. • Tutoriales en Internet, Youtube, Dropbox/ Drive / Classroom. 		



Unidad de Aprendizaje Nº 6: ATENCIÓN DE QUEJAS Y RECLAMACIONES		
Temporalización: 3er trimestre	Duración: 20 horas.	Ponderación: 12,5%
Objetivos Generales		Competencias
ñ) Transmitir comunicaciones de forma oral, telemática o escrita, adecuándolas a cada caso y analizando los protocolos de calidad e imagen empresarial o institucional para desempeñar las actividades de atención al cliente/usuario		i) Desempeñar las actividades de atención al cliente/usuario en el ámbito administrativo y comercial asegurando los niveles de calidad establecidos y relacionados con la imagen de la empresa /institución. p) Participar en las actividades de la empresa con respeto y actitudes de tolerancia.
Resultados de Aprendizaje		
6. Atiende consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes aplicando la normativa vigente en materia de consumo.		
Objetivos Específicos		
Atender consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes aplicando la normativa vigente en materia de consumo.		
Aspectos del Saber Hacer/Estar	Aspectos del Saber	
<ul style="list-style-type: none"> Diferenciar las distintas opiniones de los clientes sobre el servicio recibido. Correcta elaboración de una reclamación. Correcta presentación de una reclamación. Tramitar correctamente una reclamación recibida. Correcta elaboración de una hoja de reclamaciones. Correcta presentación de una hoja de reclamaciones. Correcta tramitación administrativa de una hoja de reclamaciones. <p>ACTITUDINALES</p> <ul style="list-style-type: none"> Valorar la satisfacción de la clientela con el servicio recibido. Valorar las opiniones negativas de los clientes para la implementación de procesos de mejora. Concienciar sobre los derechos que todo consumidor tiene y los mecanismos de actuación públicos y privados a su disposición. 	<p>Valoración de la atención recibida.</p> <ul style="list-style-type: none"> Departamento de atención al cliente. Opinión del cliente de la atención recibida: reclamación, queja, sugerencia y felicitación. Medios para obtener la opinión de los clientes. <p>Elementos de la reclamación:</p> <ul style="list-style-type: none"> Elementos de una queja o reclamación. Formas de presentar una reclamación. <p>Gestión de reclamaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> Principios básicos de gestión de reclamaciones. ISO 10002. Proceso de tratamiento de una reclamación. Beneficios de un sistema de gestión de reclamaciones. <p>El consumidor y su protección:</p> <ul style="list-style-type: none"> Definición de consumidor. Derechos y obligaciones del consumidor. Normativa básica en materia de consumo. Ley para la defensa de consumidores y usuarios. <p>Instituciones y organismos de consumo:</p> <ul style="list-style-type: none"> Organismos de defensa del consumidor. Instituciones de consumo. Sistema arbitral de consumo. Mediación y arbitraje. Asociaciones de Consumidores y Usuarios. <p>Proceso de resolución de una reclamación ante la Administración:</p> <ul style="list-style-type: none"> Hojas de reclamaciones. Presentación de una hoja de reclamaciones ante la Administración. Tramitación de una hoja de reclamaciones por la Administración. Diferencia entre reclamación y denuncia. Actuación de la Administración ante una denuncia. 	
Tareas y Actividades		



Presentación de contenidos a través de Power Point. Explicación de contenidos. Consolidación de conceptos. Portfolio de actividades y casos prácticos. COMPRUEBA TU APRENDIZAJE. Actividades de evaluación teniendo en cuenta los instrumentos de evaluación a utilizar.		
Criterios de Evaluación	%	IE
a) Se han descrito las funciones del departamento de atención al cliente en empresas.	10%	Prueba escrita
b) Se ha interpretado la comunicación recibida por parte del cliente.	10%	Prueba práctica
c) Se han identificado los elementos de la queja/reclamación.	10%	Prueba oral
d) Se han reconocido las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/reclamaciones.	20%	Observación
e) Se ha identificado y localizado la información que hay que suministrar al cliente.	10%	Cuaderno
f) Se han utilizado los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones.	10%	Test
g) Se ha cumplimentado, en su caso, un escrito de respuesta utilizando medios electrónicos u otros canales de comunicación.	10%	Trabajo Casa
h) Se ha reconocido la importancia de la protección del consumidor.	5%	Exposición Oral
i) Se ha identificado la normativa en materia de consumo.	5%	Trabajo Búsqueda Internet
j) Se han diferenciado los tipos de demanda o reclamación.	10%	Internet
Recursos		
El libro de texto que va a utilizarse el presente curso como guía para el desarrollo del módulo es: <i>Comunicación Empresarial y Atención al Cliente</i> (2021), ed. McGraw Hill. Y los recursos disponibles en el aula para el alumnado son: <ul style="list-style-type: none"> • Un ordenador por cada alumno. • Internet. • Software específico: Microsoft Office, navegador internet... • Cañón proyector. • Una pizarra. Otros recursos: <ul style="list-style-type: none"> • Presentaciones acerca de las distintas unidades y ejercicios, así como plantillas para los ejercicios propuestos. • Tutoriales en Internet, Youtube, Dropbox/ Drive / Classroom. 		

Unidad de Aprendizaje Nº 7: IMAGEN EMPRESARIAL		
Temporalización: 3er trimestre	Duración: 15 horas	Ponderación: 9,37%
Objetivos Generales	Competencias	
ñ) Transmitir comunicaciones de forma oral, telemática o escrita, adecuándolas a cada caso y analizando los protocolos de calidad e imagen empresarial o institucional para desempeñar las actividades de atención al cliente/usuario.	i) Desempeñar las actividades de atención al cliente/usuario en el ámbito administrativo y comercial asegurando los niveles de calidad establecidos y relacionados con la imagen de la empresa /institución. p) Participar en las actividades de la empresa con respeto y actitudes de tolerancia	
Resultados de Aprendizaje		
7. Potencia la imagen de empresa reconociendo y aplicando los elementos y herramientas del marketing.		
Objetivos Específicos		



Identificar los cuatro elementos del marketing mix.
 Conocer la estructura y utilidad de un plan de comunicación.
 Identificar las distintas herramientas de comunicación de la empresa como variable de marketing.
 Valorar las ventajas que reporta a la empresa tener una buena imagen corporativa.
 Conocer las ventajas e inconvenientes de la publicidad en internet.
 Diferenciar los objetivos y las características de las Relaciones Públicas y la publicidad.

Aspectos del Saber Hacer/Está	Aspectos del Saber
<ul style="list-style-type: none"> • Cálculo de la demanda potencial, demanda de empresa, demanda total y cuota de mercado en situaciones reales. • Diferenciación de los distintos elementos, atributos y dimensiones de un producto. • Correcta aplicación práctica de las distintas estrategias de marca. • Correcta aplicación práctica de las distintas estrategias de precio. • Elección adecuada del canal de distribución a utilizar en la comercialización de un determinado producto. • Correcta aplicación práctica de las distintas estrategias de distribución. • Correcta aplicación práctica de las distintas estrategias de comunicación. • Detección de los intereses de cada <i>stakeholder</i> en una empresa tipo. • Importancia del departamento comercial para el éxito empresarial. • Puesta en valor del marketing relacional como elemento de fidelización de la clientela. • Importancia de la coherencia interna entre los distintos elementos de una oferta comercial. • Concienciar sobre la diferencia existente entre precio y valor de un producto. • Valorar la función de los intermediarios en la actividad económica. • Valorar las nuevas tendencias imperantes en cada una de las variables de marketing estudiadas. • Valor de la imagen empresarial y la cultura empresarial como medio de satisfacción de las necesidades y deseos de la clientela. • Importancia de la RSC para la creación de empresas socialmente responsables. 	<p>La función comercial de la empresa:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Concepto de mercado. • Orientaciones comerciales de la empresa. • La función comercial. Principales actuaciones. • Marketing relacional. <p>Marketing: concepto y niveles de desarrollo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Concepto y funciones del marketing. • Necesidades, deseos y demanda. • Demanda total, de empresa y potencial. • Cuota de mercado. • Marketing estratégico y marketing operativo. • Ventaja competitiva y plan de marketing. <p>Implantación del plan de marketing:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Oferta comercial. • Marketing emocional. <p>El producto y sus estrategias:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Concepto, atributos y dimensiones del producto. • Envase, embalaje, marca, nombre y logotipo. • Estrategias de marca. <p>El precio y sus estrategias:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Concepto de precio. • Precios psicológicos. • Estrategias de fijación de precios. <p>El acercamiento físico al cliente: la distribución:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Concepto y utilidad de la distribución. • Canal de distribución. Tipos. • El intermediario. Tipos de intermediarios. • Estrategias de distribución. <p>Estrategias de comunicación con el cliente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Concepto de comunicación. Principios y objetivo. • Publicidad, relaciones públicas, <i>merchandising</i>, venta personal y promoción de ventas. • <i>Product placement</i>. • Marketing 2.0. <p>Imagen y cultura de empresa: RSC.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Imagen empresarial. • Misión y visión. • Cultura empresarial. • Responsabilidad Social Corporativa. • <i>Stakeholders</i>.

Tareas y Actividades

Presentación de contenidos a través de Power Point.
 Explicación de contenidos.
 Consolidación de conceptos.
 Portfolio de actividades y casos prácticos. **COMPRUEBA TU APRENDIZAJE.**
 Actividades de evaluación teniendo en cuenta los instrumentos de evaluación a utilizar.

Criterios de Evaluación	%	IE
-------------------------	---	----



a) Se ha identificado el concepto de marketing.	10%	Prueba escrita Prueba práctica Prueba oral Observación Cuaderno Test Trabajo Casa Exposición Oral Trabajo Búsqueda Internet
b) Se han reconocido las funciones principales del marketing.	15%	
c) Se ha valorado la importancia del departamento de marketing.	10%	
d) Se han diferenciado los elementos y herramientas básicos que componen el marketing.	20%	
e) Se ha valorado la importancia de la imagen corporativa para conseguir los objetivos de la empresa.	15%	
f) Se ha valorado la importancia de las relaciones públicas y la atención al cliente para la imagen de la empresa.	15%	
g) Se ha identificado la fidelización del cliente como un objetivo prioritario del marketing.	15%	

Recursos

El libro de texto que va a utilizarse el presente curso como guía para el desarrollo del módulo es:

Comunicación Empresarial y Atención al Cliente (2021), ed. McGraw Hill.

Y los recursos disponibles en el aula para el alumnado son:

- Un ordenador por cada alumno.
- Internet.
- Software específico: Microsoft Office, navegador internet...
- Cañón proyector.
- Una pizarra.

Otros recursos:

- Presentaciones acerca de las distintas unidades y ejercicios, así como plantillas para los ejercicios propuestos.
- Tutoriales en Internet, Youtube, Dropbox/ Drive / Classroom.



9.- METODOLOGÍA

Debemos insistir más en la idea de “aprender a aprender”, que en el mero estudio inconexo de diferentes contenidos teóricos. Las actividades que se programan irán dirigidas a demostrar y comprobar la validez de los contenidos tratados sin perder de vista el logro de los resultados de aprendizaje.

Un camino eminentemente práctico pero que acercará al alumnado a la constatación de la realidad comercial que nos rodea, y de la validez y practicidad de las distintas actividades y acciones analizadas.

Todas las actividades tendrán como objetivo la aplicación de los conceptos a la realidad del día a día.

El objetivo que nos planteamos, como es lógico, es conseguir que el alumno/a consiga esas competencias (destrezas) que nos han sido asignadas en este módulo. Para ello, partimos desde el punto de vista práctico, es decir, lo que se supone que debe desarrollar en su puesto de trabajo respecto a los contenidos del módulo.

Además de esto, tenemos que intentar que el alumno/a trabaje el máximo nivel posible, tanto en realización de actividades de enseñanza-aprendizaje como en el uso de las nuevas tecnologías.

El estudio de casos reales, analizando las actividades y decisiones aplicadas, observando los resultados y trabajando sobre las posibles mejoras que se pudieran implementar, posibilitan al alumnado la realización de procesos en los que podrán aplicar los conocimientos y conceptos impartidos, pero desde un punto de vista eminentemente práctico adaptados a la realidad de cada sector de actividad empresarial, tanto de ámbito nacional como internacional.

Para impartir este módulo profesional, dado el tiempo de que se dispone, se aplicará la siguiente metodología:

- Activa, participativa y amena, favoreciendo las técnicas de estudio y el autoaprendizaje.
- Grupal e individualizada, y con una atención especial para aquellos alumnos/as que no alcancen el nivel exigido. El aprendizaje basado en proyectos y el aprendizaje cooperativo facilita la integración del conocimiento a través de la puesta en práctica en situaciones simuladas.
- Motivadora, que tenga en cuenta los intereses y necesidades de los alumnos/as. La atención y motivación la pierden con facilidad por lo que para intentar paliar este problema vamos a utilizar una metodología, atendiendo a lo dispuesto en nuestro proyecto educativo, basada en la utilización de las nuevas tecnologías, incluso introduciendo el uso de sus propios móviles. Emplearemos aplicaciones como Edmodo, Plikers, Kahoot.

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

- Explicaciones breves y esquemáticas de los contenidos. Uso de rutinas y destrezas de aprendizaje que permitan a los alumnos activar conocimientos y tomar contacto con la realidad que les rodea relacionado con el contenido estudiado.
- Ejemplificación de casos prácticos. Uso de casos reales de la actividad empresarial, visualización de vídeos y webs empresariales, así como aplicaciones específicas que permiten una comprensión más clara del contenido.
- Resolución de actividades.

En cada unidad didáctica secuenciada se establecerán orientaciones metodológicas para la impartición de la misma, teniendo en cuenta las características y contenidos de cada una.

Para la organización y el desarrollo del proceso de enseñanza aprendizaje de este módulo se sugiere la coordinación del equipo pedagógico que imparta este módulo con aquellos módulos en los que aparecen contenidos repetidos o que, presentan una interdisciplinariedad que lo aconseje. En este sentido es especialmente importante la coordinación del presente módulo con el módulo de Simulación empresarial.

La interacción entre iguales y el aprendizaje cooperativo son claves. Como profesor tendremos un papel asesor, conductor y facilitador del proceso formativo basado en el desarrollo de proyectos emprendedores que deberá definir con anterioridad a la implementación para trabajar las competencias en ámbitos sociales y empresariales determinados y definir el trabajo que se realizará en el aula y fuera de ella. La evaluación cruzada, heterogénea e interdisciplinar permitirá fortalecer la competencia de Aprender a Aprender ligada al sentido de la Iniciativa y Espíritu Emprendedor.

Con el fin de mantener la motivación del alumnado es necesario ofrecer recursos para vincular los contenidos teóricos con la práctica real de la empresa a distintos niveles según los ritmos de aprendizaje de los alumnos y las inteligencias múltiples. Por ello se ofrecerán materiales y recursos metodológicos extras para potenciar el aprendizaje de una forma dinámica con el uso de las Tecnologías de la Información y aplicaciones informáticas especializadas de uso habitual.

ACTIVIDADES

En cada una de las unidades de trabajo se proponen sucesivamente actividades de comprensión, análisis, relación, consolidación y aplicación.

- Ejercicios individuales y grupales.
- Resolución de casos prácticos en función de los contenidos tratados. Simulaciones y resolución de proyectos y problemas de ámbito empresarial.
- Ejercicios de Examen en cada unidad de trabajo, con el que se pretende evaluar la capacidad del alumno/a para resolver en un tiempo límite las preguntas propuestas, utilizando para ello los apuntes y el libro de texto; y evaluar su capacidad de comprensión.
- Exámenes.
- Presentaciones orales.

9.1- RECURSOS DIDÁCTICOS

El alumnado trabajará en pequeños grupos e individualmente.

- Espacios: con carácter general, se utilizará el aula-clase con conexión a Internet.
- Recursos materiales:
 - Pizarra blanca.
 - Conexión a Internet.
 - Pantalla digital conectada a equipo informático.
- Equipos informáticos: Es necesario disponer de ordenadores para la búsqueda de información y realización de trabajos.
- Revistas especializadas, periódicos, documentos oficiales, etc.
- El alumno deberá disponer de carpeta organizadora del módulo y material habitual de clases.

- Recursos Didácticos:
 - Libro de texto “Comunicación Empresarial y Atención al Cliente” de la editorial McGraw-Hill.
 - Recursos complementarios de cada unidad del libro de texto de McGraw-Hill.

Cada unidad de trabajo cuenta con recursos complementarios de apoyo, basados en los contenidos desarrollados en el libro de texto, con la idea de reforzar los objetivos y los criterios de evaluación exigidos en el módulo.

- Recursos complementarios planteados para cada unidad son:
 - Actividades interactivas.
 - Animaciones.
 - Video presentaciones de conceptos.
 - Video-tutoriales de aplicaciones informáticas como Excel.
 - Actividades individuales y de investigación.
 - Actividades grupales.
 - Enlaces.
 - Actividades de evaluación.
- Parte de este material complementario se encuentra en la página web de la editorial McGraw-Hill.

10- EVALUACIÓN

La evaluación de este módulo se realizará de la siguiente forma:

- a) Evaluación inicial de los conocimientos del alumno y nivel de competencias que presenta el alumnado en relación con los resultados de aprendizaje y contenidos que va a cursar y se realizará a través de una prueba escrita con preguntas tipo test. Será nuestro punto de partida. Complementariamente, se desarrollarán al comienzo de las diversas unidades didácticas "minievaluaciones" iniciales como recurso didáctico y para conocer el punto de partida en cada unidad, motivando a su vez al alumnado.
- b) Evaluación continua. La orden del 29 de septiembre de 2010 establece que la evaluación debe ser continua, para lo que es necesario que el alumnado asista a clase de forma regular y participar de las actividades lectivas para poder ser evaluado. La evaluación continua garantizará que la calificación final del módulo sea el resultado del trabajo de todo el curso y no solo del resultado de un examen.

La evaluación continua no quiere decir que todos los días haya que evaluar al alumno, pero sí que sea un proceso constante que utilice diferentes técnicas e instrumentos de evaluación que se ajustarán a los criterios de evaluación del módulo. A modo de ejemplo en una unidad puede utilizarse para un criterio de evaluación una tarea que deben realizar en grupo de dos o tres alumnos, para otro criterio o varios de ellos un examen escrito, para otro una exposición oral, etc.

- c) Evaluación formativa. Con esta evaluación conseguimos ver si el alumnado está consiguiendo los resultados de aprendizaje previstos o si por el contrario tienen dificultades que hacen que no los alcancen o no en el nivel deseado. Si esto último

ocurre debemos establecer cambios en el proceso de enseñanza aprendizaje para corregirlo. Se reajusta todo el proceso. Para llevarla a cabo sin riesgo de error debemos anotar en nuestro cuaderno del profesor, utilizamos el cuaderno de notas como instrumento de recogida de datos, todas las evaluaciones de todos los criterios de evaluación.

d) Evaluación sumativa o final, que permitirá valorar el grado de consecución de los objetivos y que tendrá necesariamente en cuenta no sólo los resultados de las pruebas o ejercicios de evaluación previstos para cada unidad didáctica sino la totalidad de instrumentos de evaluación utilizados a lo largo del proceso de enseñanza aprendizaje relacionados principalmente con la participación, motivación, actitud e interés mostrado a lo largo de toda la duración del módulo. La evaluación es sumativa por lo que todas las evidencias o registros recogidos para la evaluación suman y deben tenerse en cuenta y, en ningún caso, establecemos criterios de calificación, registros o evidencias que anulen a las demás.

Los instrumentos de evaluación ya han sido descritos en cada unidad didáctica, para evaluar cada criterio de evaluación se utilizarán uno o varios de estos instrumentos. De esta forma se crea una programación con la perspectiva de que la evaluación será continua, integradora, personalizada, compartida y realimentadora.

- Integral, ya que no evalúa sólo contenidos conceptuales, sino también y sobre todo las habilidades y destrezas procedimentales y las actitudes adquiridas/demostradas.
- Continua y personalizada, ya que permite conocer la evolución del proceso de enseñanza-aprendizaje a cada alumno en cada momento.
- Compartida, ya que se requiere la participación activa del alumnado tanto durante el proceso como en la valoración del resultado de trabajo propio, de forma tal que se haga consciente lo que le separa, en su caso, de los objetivos propuestos. Para ello el alumno participará activamente en procesos de autoevaluación y coevaluación de las actividades realizadas y de la eficiencia obtenida.
- Realimentadora, en la medida en que proporcionará información útil para ajustar y mejorar las actividades, el diseño de esta propuesta en futuros cursos.

10.1- CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Los criterios de evaluación definidos para el módulo son el referente fundamental para valorar, tanto el grado de consecución de los resultados de aprendizaje, como el grado de adquisición de las competencias profesionales, personales y sociales, incluidas las competencias básicas.

El profesor a la hora de evaluar al alumnado tendrá en cuenta:

a. Conceptos

El profesorado explicará los contenidos que aparecen en el texto o apuntes facilitados, utilizando la pizarra o la pantalla digital, haciendo las ampliaciones o adaptaciones necesarias según su criterio, para que el alumnado asimile los conocimientos.

b. Procedimientos

Es interesante llevar a cabo diferentes tipos de actividades, unas de carácter individual, otras en parejas o grupos pequeños y otras en gran grupo. También será conveniente proponer diferentes tipologías de actividades teóricas, prácticas, de búsqueda o consulta de información, etc.

c. Actitudes

El profesor deberá tener presentes los temas fundamentales e incidir en ellos cuando la situación en el aula lo justifique, pero se deberán potenciar actitudes como:

- En las orientaciones que se den en el momento de plantear cualquier actividad o trabajo. Se incidirá en la importancia del trabajo bien hecho, el aprovechamiento del tiempo, la presentación cuidada, la entrega dentro de los plazos indicados, etc.
- En las actividades o trabajos en grupo, incentivando la participación y colaboración, la toma consensuada de decisiones, la organización del grupo y reparto de tareas, etc. Se utilizarán roles comunes del ámbito profesional para que el alumno asimile las responsabilidades propias de cada área de trabajo de la empresa real.
- En el comportamiento en el aula, llamando la atención siempre que sea necesario.
- En la ejecución de actividades o prácticas se incidirá en la importancia de las actitudes de respeto y cooperación. En las situaciones en que las actitudes no son las adecuadas será necesario destacarlo y proporcionar el modelo correcto de actuación.
- También se deberá exigir el uso adecuado de las herramientas, materiales e instalaciones y el mantenimiento que requieren, tanto por cuestiones de seguridad como de conservación, y adquisición de buenos hábitos de trabajo. En ocasiones puede ser útil realizar actividades en las que se presenten actitudes correctas e incorrectas, para provocar en el alumnado su comparación.

Cada una de las actividades de clase, ejercicio de examen y actividades de grupo será evaluada en función de los criterios de evaluación utilizados para evaluar los resultados de aprendizaje.

La calificación del módulo, en cada una de las evaluaciones trimestrales se obtendrá en función de cada resultado de aprendizaje. Es decir, tendremos una nota por cada criterio de evaluación y la media ponderada de estas notas nos dará una nota de cada resultado de aprendizaje. La media ponderada de las notas de cada resultado nos dará la nota del módulo. Para calcular la nota de cada criterio de evaluación se tendrán en cuenta el o los instrumentos de evaluación utilizados.

En el apartado de ANEXOS se adjunta el acuerdo consensuado con todos los ciclos formativos del IES AXATI.

10.2- SISTEMA EXTRAORDINARIO DE EVALUACIÓN PARA EL ALUMNADO QUE PIERDA EL DERECHO DE EVALUACIÓN CONTINUA

Teniendo en cuenta que la evaluación es continua, aquellos alumnos que no tengan evaluación positiva cada trimestre podrán recuperar el módulo realizando las actividades de recuperación que convenientemente se plantearían durante el siguiente trimestre y un examen extraordinario. En todo caso, se debe tener en cuenta que la evaluación positiva del módulo a final de curso requiere la evidencia de que se alcanzan las capacidades previstas en el currículo correspondiente. La nota mínima para poder superar el módulo será de un 5/10, sin considerar las actividades de recuperación.

Los alumnos que no asistan a las actividades previstas por causa de fuerza mayor (enfermedad con certificado médico, asistencia a juicio, muerte de un familiar directo, etc.) tendrán derecho a resolver las actividades previstas para el alumnado en general en un nuevo plazo, que convenientemente se establecería, preferentemente de común acuerdo entre alumno-profesor.

Se elaborará un informe de contenidos para el alumno, en el cual se informará de los contenidos a examinar, el calendario de actividades y los métodos de evaluación y calificación.

La responsabilidad de enterarse de todo aquello que le afecte, así como la de retirar en tiempo y forma el material para la Evaluación Extraordinaria, será del alumno o la alumna.

11. ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

La atención a la diversidad figura como uno de los principios y fines de la LOE de 2006 (artículo 1e) siendo que el Real Decreto 1147/2011 que establece la ordenación de la FP del sistema educativo, en su artículo 3.2 y en la disposición adicional segunda señala la necesidad de garantizar la accesibilidad universal a las enseñanzas de formación profesional.

Así pues, se hace necesario que la programación didáctica tenga en cuenta las necesidades individuales que presentan los alumnos que cursan el módulo. Para ello se plantearán actividades de recuperación, refuerzo y ampliación para el alumnado que así lo requiera. En el caso de este módulo profesional, teniendo en cuenta la estrategia metodológica prevista, creemos que se podrán identificar las necesidades individuales y especiales que algunos alumnos presentan, así como darles respuesta con prontitud. Por ejemplo, se plantea la oportunidad de que alumnos más aventajados en la resolución de las tareas sean quienes tutoricen a aquellos que muestran dificultades en el aprendizaje. Ello supondrá diversas ventajas, tales como:

- Reconocimiento y refuerzo de lo aprendido para aquellos que ejercen de tutores de alumnos con dificultades.
- Mejora de la motivación para aprender por parte de los alumnos con dificultades, en tanto que son sus propios compañeros quienes les acompañan en el aprendizaje y les ayudan a superar las dificultades.
- Fomento del trabajo colaborativo que cohesionan al grupo y, en última instancia, favorece el ambiente de aprendizaje en el aula

12. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS

Al objeto de contextualizar al máximo nuestro proceso de enseñanza-aprendizaje, dentro de nuestro departamento se podría proponer la realización de las siguientes actividades extraescolares, de las cuales se informará debidamente al Jefe de Departamento de Actividades Extraescolares, debiendo constar asimismo en el Plan de Centro:

- Visita al parlamento andaluz.
- Visita a una empresa de selección de personal.
- Visita al SAE de la localidad.
- Visita a otra empresa de la provincia.
- Asistencia a charlas de personas ajenas al centro sobre productos financieros, etc.
- Visitas de antiguos alumnos y alumnas del centro, para favorecer la motivación de nuestro alumnado.



13. OBSERVACIONES

Esta programación, como no puede ser de otro modo, estará sometida a un proceso de evaluación y ajuste continuo, en tanto que tratará de adecuarse a las necesidades del grupo clase concreto al que va dirigida. Esta propuesta deberá entenderse como provisional e incompleta, sujeta a modificaciones, incorporaciones, etc. que nos permitan, durante el proceso de enseñanza-aprendizaje, adecuar la misma a las posibilidades del Centro y su entorno, y de manera especial a las características de los alumnos.

Así pues, durante el curso se procederá a realizar cuantos cambios se estimen oportunos, y que favorezcan la consecución de los objetivos/competencias previstas para este módulo profesional, siendo que los cambios que, en su caso, se produjeran, se recogerán en los informes correspondientes a las evaluaciones previstas, así como en la correspondiente memoria final del curso, a fin de ser tenidos en cuenta en la planificación que se haga para el curso siguiente.

14. FOMENTO DE LA LECTURA Y EXPRESIÓN ORAL

De acuerdo con lo previsto en nuestro proyecto educativo y en concreto a una de las líneas de actuación pedagógica realizaremos actividades que potencien los hábitos de lectura, es importante estimular el interés y el hábito de la lectura, así como mejorar la expresión oral y escrita del alumnado en todas las áreas mediante hábitos de clase.

Los objetivos que se pretenden lograr en este sentido son los siguientes:

- Potenciar la comprensión lectora desde todas las áreas.
- Fomentar en los alumnos/as una actitud reflexiva y crítica ante las manifestaciones del entorno, a través de la lectura.
- Mejorar, a través de la lectura, el vocabulario, ortografía y expresión oral y escrita de los alumnos/as.

Para llevar a cabo estos objetivos proponemos una serie de estrategias:

- Los alumnos realizarán exposición de contenidos a sus compañeros, también se organizarán debates dividiendo a la clase en dos grandes grupos con ideas enfrentadas. De esta forma deberán saber defender una idea, escuchar las ideas de los demás y rebatirlas.
- Garantizar la disposición en el aula de la mayor cantidad y variedad de textos.
- Leer en voz alta para los alumnos.
- Proponer la lectura en voz alta de algún párrafo significativo que sea necesario para discutir o intercambiar opiniones.
- Dar importancia a la lectura silenciosa
- Identificar el tema que da unidad al texto.
- Permitir que el alumno busque por sí solo la información, jerarquice ideas y se oriente dentro de un texto.
- Relacionar la información del texto con sus propias vivencias, con sus conocimientos, con otros textos...
- Reordenar la información en función de un propósito.
- Jerarquizar la información e integrarla con la de otros textos.

- Formular preguntas abiertas.
- Coordinar una discusión acerca de lo leído.
- Favorecer que los alumnos activen y desarrollen sus conocimientos previos tanto acerca del contenido como de la forma del texto.
- Fomentar la utilización del diccionario para buscar términos específicos del módulo que sean desconocidos para ellos.
- Fomentar la lectura de artículos de divulgación, leyendo en clase artículos publicados (revistas, prensa general...) relacionados con los contenidos estudiados en clase.
- Buscar información (biblioteca, enciclopedias, enciclopedias virtuales, wikipedia, webs especializadas...) sobre cuestiones que están siendo tratadas en clase y realizar trabajos.

15. BIBLIOGRAFÍA

- Real Decreto 1584/2011, por el que se establece el Título de Técnico Superior en Administración y Finanzas.
- Orden de 11 de marzo de 2013 por la que se desarrolla el currículo del ciclo formativo de Grado Superior correspondiente al título de Técnico Superior en Administración y Finanzas.
- LOE de 2006
- LEA de 2007
- Real Decreto 1147/2011 que establece la ordenación de la FP del sistema educativo.
- 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.
- Decreto 327/2010 de 13 de julio, por el que se aprueba el Reglamento Orgánico de los Institutos de Educación Secundaria.
- Plan de centro del Ies Axati.
- Libro de Comunicación Empresarial y Atención al Cliente de la Editorial McGraw-Hill.

16. ANEXOS

Rubrica Exposición Oral



	Excelente 4	Buen nivel 3	Aceptable 2	Justo 1
Contenido ¿El contenido de la presentación ha sido adecuado a la temática y el público?	Se ha profundizado en los temas	Se han cubierto diferentes temas	Ideas correctas pero incompletas	Ideas simplistas
Estructura ¿La presentación estaba estructurada de forma que facilitaba la comprensión?	Las diferentes secciones se han planificado para hacer una presentación global	Se ha intentando relacionar las diferentes explicaciones	Secuencia correcta pero las secciones aparecen aisladas	Mal estructurado y difícil de entender
Organización ¿El equipo ha organizado bien la jornada y la forma de exponer el contenido?	Tono de voz apropiado y lenguaje preciso. Se ha hecho participar al público	Fluida. El público sigue con interés.	Clara y entendedora en general	Poco clara. Difícil de seguir
Materiales ¿Los materiales usados ayudaban y eran propicios para la presentación?	Muy interesantes y atractivos. Han sido un excelente soporte	Adecuados, han ayudado a entender conceptos	Adecuados, aunque no los han sabido aprovechar	Pocos y nada acertados
Equipo ¿Cómo ha trabajado el equipo? ¿Se les ve cohesionados y bien coordinados?	La presentación muestra planificación y trabajo de grupo	Todos los miembros muestran conocer la presentación global	La presentación muestra cierta planificación	Demasiado individualista

Rúbrica participación en clase, interés y motivación

	Excelente 5	Muy bien 4	Bien 3	Aceptable 2	Justo 1
Participación en clase	Contribuye frecuentemente a las	Casi siempre contribuye en las	A veces contribuye a las	Intenta contribuir a las	No contribuye a las

¿es participe de las discusiones de clase?	discusiones en clase.	discusiones en clase.	discusiones en clase.	discusiones en clase.	discusiones en clase.
Interés ¿Muestra interés en las discusiones de clase?	Demuestra interés en las discusiones en clase.	Casi siempre demuestra interés en las discusiones en clase.	A veces demuestra interés en las discusiones en clase.	Pocas veces muestra interés en las discusiones en clase	No demuestra interés se distrae con facilidad.
Pregunta ¿Realiza preguntas sobre el tema tratado en clase?	Formula preguntas pertinentes al tema.	Casi siempre formula preguntas pertinentes al tema.	A veces formula preguntas pertinentes al tema.	Pocas veces formula preguntas pertinentes al tema.	No formula preguntas en clase o no se involucra en la clase.
Materiales ¿Trae los materiales necesarios para la clase?	Trae los apuntes y materiales para dar las clases.	Casi siempre trae los apuntes y materiales para dar las clases.	A veces trae los apuntes y materiales para dar las clases.	Pocas veces trae los apuntes y materiales para dar las clases.	Frecuentemente no trae los materiales necesarios para el trabajo.
Iniciativa ¿Demuestra iniciativa en las actividades de clase?	Demuestra iniciativa en las actividades.	Demuestra iniciativa en algunas actividades.	A veces demuestra iniciativa.	Pocas veces demuestra iniciativa.	Muestra apatía al trabajo.



II. ACUERDO CONSENSUADO CON TODOS LOS CICLOS FORMATIVOS DEL IES AXATI.

Tipo de prueba	Sistema de Calificación	Criterios de valoración
<p>Prueba Escritas u Oral: Consiste en la realización por parte del alumno de preguntas de desarrollo y/o preguntas con respuesta cerrada de contenidos y ejercicios prácticos propuestos por el profesor.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • De 0 a 10 puntos. • Aplicable a conceptos y procedimientos. • Al inicio de cada prueba o ejercicio se define el valor de cada pregunta y/o apartado. • Se debe indicar si los fallos en las preguntas con respuesta cerrada son penalizados. 	<p>Cada pregunta de desarrollo y de resolución de ejercicios prácticos se valora con:</p> <ul style="list-style-type: none"> • M (mal) 0 puntos. • RM (regular tendente a mal) ¼ del valor asignado. • R (regular) mitad del valor asignado. • RB (regular tendente a bien) ¾ del valor asignado. • B (bien) totalidad del valor de la pregunta. <p>Cada pregunta con respuesta cerrada (test) se valora con:</p> <ul style="list-style-type: none"> • B (bien) totalidad del valor de la pregunta. • M (mal) 0 puntos.
<p>Pruebas prácticas: Consiste en el diseño, solución, realización y simulación de ejercicios propuestos. De cada uno se realizará una memoria según tipo propuesto.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • De 0 a 10 puntos. • Para evaluar los contenidos se tendrá presente: elementos utilizados, la solución planteada, simbología, diagramas, etc. • Para evaluar los procedimientos se tendrá presente: proceso seguido, medios utilizados, esquemas, memorias. • Para evaluar la actitud se tendrá presente: orden, limpieza, seguimiento de las normas de seguridad, trabajo en equipo, tiempo empleado, respeto y puntualidad en la entrega. 	<p>Las prácticas estarán divididas en parte OBLIGATORIA y parte OPCIONAL</p> <ul style="list-style-type: none"> • La parte OBLIGATORIAS se valorarán con 5 puntos siempre que esté realizado el montaje y la memoria correctamente • La parte OPCIONAL se valorará hasta 5 puntos
<p>Trabajo clase: Consiste en observar al alumnado y recoger datos para valorar su actitud ante el módulo, realización de las actividades propuestas, respeto a los medios, compañeros, profesor, etc., y asistencia a clase.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La observación será continua y su resultado se registrará en el cuaderno de módulo • Si se detectan actitudes puntuales de carácter negativo se anotarán y serán tenidas en cuenta. 	<p>Las observaciones se valorarán</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se anotará con R las actividades propuestas en clase realizadas por el alumno (se incluye R+ y R- según grado de realización) • P (positivo): suma puntos en la evaluación. Por ejemplo, salir a la pizarra a realizar un ejercicio. • N (negativo): 0 puntos en la evaluación según el peso establecido.



<p>Trabajo con Exposición oral:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • De 0 a 10 puntos. • Para evaluar los contenidos se tendrá presente: elementos utilizados, la solución planteada, simbología, diagramas, etc. • Para evaluar los procedimientos se tendrá presente: utilización de lenguaje técnico, claridad en la exposición, Innovación en la presentación, adecuación al contenido, uso de las TICs... 	<p>El trabajo con exposición oral se valorará de la siguiente manera:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los contenidos se valorarán hasta 5 puntos • La exposición se valorará hasta 5 puntos teniendo en cuenta: <ul style="list-style-type: none"> Presentación Uso de herramientas tic Uso correcto del lenguaje técnico Corrección en la exposición oral
<p>Trabajo de investigación:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • De 0 a 10 puntos. • Para evaluar los contenidos se tendrá presente: elementos utilizados, la solución planteada, simbología, diagramas, etc. • Para evaluar los procedimientos se tendrán en cuenta: el uso de las TICs, limpieza, índices, búsqueda de información 	<p>El trabajo con exposición oral se valorará de la siguiente manera:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los contenidos se valorarán hasta 6 puntos • La presentación se valorará hasta 4 puntos