PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA

Ciclo de Grado Superior de

Administración y Finanzas

COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE

**Curso: 2022/2023**

**Profesora: Mª 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

[1.- INTRODUCCIÓN **3**](#_bookmark0)

[1.1.- IDENTIFICACIÓN Y DATOS BÁSICOS DEL MÓDULO **4**](#_bookmark1)

[1.2.- NORMATIVA APLICABLE **5**](#_bookmark2)

[2. ANÁLISIS DEL CONTEXTO **6**](#_bookmark3)

[2.1.- CARACTERÍSTICAS DEL CENTRO **7**](#_bookmark4)

[2.2.- CARACTERÍSTICAS DEL GRUPO. **8**](#_bookmark5)

[2.3.- CARACTERÍSTICAS DEL ENTORNO PRODUCTIVO **8**](#_bookmark6)

[3.- COMPETENCIAS Y OBJETIVOS GENERALES 10](#_bookmark7)

[4.- RESULTADOS DE APRENDIZAJE **12**](#_bookmark8)

[5.- CRITERIOS DE EVALUACIÓN **13**](#_bookmark9)

[6.- CONTENIDOS BÁSICOS **17**](#_bookmark10)

[7.- ORGANIZACIÓN Y SECUENCIACIÓN DE UNIDADES DE APRENDIZAJE **21**](#_bookmark11)

[7.1.- TEMPORALIZACIÓN DE UNIDADES DE APRENDIZAJE **22**](#_bookmark12)

[8.- UNIDADES DE APRENDIZAJE **23**](#_bookmark13)

[9.- METODOLOGÍA **40**](#_bookmark14)

[9.1- RECURSOS DIDÁCTICOS **43**](#_bookmark15)

[10- EVALUACIÓN **44**](#_bookmark16)

[10.1- CRITERIOS DE CALIFICACIÓN **45**](#_bookmark17)

[10.2- SISTEMA EXTRAORDINARIO DE EVALUCIÓN PARA EL ALUMNADO](#_bookmark18) [QUE PIERDA EL DERECHO DE EVALUACIÓN CONTINUA **46**](#_bookmark18)

1. [ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD **47**](#_bookmark19)
2. [ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS **47**](#_bookmark20)
3. [OBSERVACIONES **48**](#_bookmark21)
4. [FOMENTO DE LA LECTURA Y EXPRESIÓN ORAL **48**](#_bookmark22)
5. [BIBLIOGRAFÍA **49**](#_bookmark23)
6. [ANEXOS 49](#_bookmark24)

# 1.- INTRODUCCIÓN

Esta programación didáctica se ha elaborado para impartir el módulo de Comunicación y Atención al Cliente (código 0651), perteneciente al Ciclo Formativo de Grado Superior en Administración y Finanzas 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 contiene la formación necesaria para desempeñar la función de gestión de servicio y atención a los clientes y ciudadanos, realizando trámites administrativos con las administraciones públicas y gestionando el archivo y las comunicaciones de 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 estas 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 1584/2011, de 4 de noviembre, por el que se establece el Título de Técnico Superior en Administración y Finanzas 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 tres cualificaciones profesionales completas incluidas en nuestro título la que nos incumbe en nuestro módulo es la de: c) Asistencia documental y de gestión en despachos y oficinas. ADG310\_3 (Real Decreto 107/2008, de 1 de febrero), que comprende las siguientes unidades de competencia:

* UC0982\_3 Administrar y gestionar con autonomía las comunicaciones de la dirección.

Nuestro módulo está asociado a esta unidad de competencia, UC0982\_3 al tratarse en un ciclo de grado superior tiene un nivel de cualificación de grado 3, es decir, el alumno que supere el módulo podrá realizar tareas complejas sin necesidad de supervisión.

Como hemos indicado anteriormente el RD que desarrolla nuestro ciclo de Administración y Finanzas es el RD 1584/2011, de 4 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico Superior en Administración y Finanzas 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 11 de marzo de 2013 por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico Superior en Administración y Finanzas.

En esta orden se nos indica en las orientaciones pedagógicas, que el módulo de Comunicación y Atención al Cliente contiene la formación necesaria para desempeñar la función de comunicación interna y externa de la empresa, que incluye aspectos como:

* El desarrollo de tareas relacionadas con la comunicación interna y externa y los flujos de información interdepartamentales.
* El desarrollo de habilidades sociales con empleados y clientes en la comunicación oral y escrita.
* Los procesos de recepción, registro, distribución y recuperación de la información dentro de la empresa.
* Los procedimientos de gestión de quejas y el servicio posventa.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

* Todas las áreas y departamentos de pequeñas, medianas y grandes empresas de cualquier sector de actividad.

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

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

## 1.1.- IDENTIFICACIÓN Y DATOS BÁSICOS DEL MÓDULO

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

|  |
| --- |
| **Descripción** |
| **Código** | 0651 |
| **Módulo Profesional** | Comunicación y Atención al Cliente |
| **Familia Profesional** | Administración y gestión |
| **Título** | Técnico Superior en Administración y Finanzas |
| **Grado** | Grado Superior |
| **Curso** | 1º |
| **Horas** | 160 |
| **Horas Semanales** | 5 |
| **Asociado a UC:** | UC0982\_3  |
| **Transversal** | No |
| **Soporte** | Sí (En relación con Simulación Empresarial) |

##

## 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** | **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.**Real Decreto 1147/2011**, de 29 de julio, por el que se establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo.**Ley Orgánica 3/2022**, de 31 de marzo, de ordenación e integración de la Formación Profesional. | **Ley 17/2007**, de 10 de diciembre, de Educación de Andalucía.**Decreto 327/2010**, de 13 de julio, por el que se aprueba el Reglamento Orgánico de los Institutos de Educación Secundaria. |
|  **Perfil Profesional** | **Real Decreto 1416/2005** de 25 de noviembre, sobre el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales.**Real Decreto 1087/2005**, de 16 de septiembre, y modificada en el Real Decreto 107/2008, de 1 de febrero. | *(No existe normativa aplicable a nivel autonómico al no tener competencias nuestra Comunidad Autónoma).* |
| **Título** | **Real Decreto 1584/2011**, por el que se establece el Título de Técnico Superior en Administración y Finanzas y se fijan sus enseñanzas mínimas. | **Orden de 11 de marzo de 2013**, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico Superior en Administración y Finanzas.  |
| **Evaluación** | *(No existe normativa aplicable a nivel estatal, ya que las competencias de evaluación están cedidas en exclusiva a las Comunidades Autónomas).* | **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. |

# 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:

1. Fomento de la lectura.
2. Incorporación de tecnologías de la información y de la comunicación (TICs y TACs) a las actividades del alumnado.
3. Utilización de un catálogo amplio y variado de recursos didácticos.
4. 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 superior en Administración y Finanzas matriculado en CYAC está formado por 25 alumnos/as, de los cuales 3 que figuran en lista no han aparecido aún por clase ni causando baja hasta la fecha. 15 son chicas (60%) y 10 son chicos (40%), siendo 2 alumnos/as menores de edad, a fecha de comienzo de curso, y el resto con edades comprendidas entre los 18 y 29 años. En cuanto a su procedencia, 10 alumnos/as residen en Lora del Río, y otros proceden de otras localidades cercanas como La Campana (1), Peñaflor (1), La Puebla de los Infantes (2), Villanueva del Río y Minas (2), Constantina (1), Sevilla (1), Marchena (1), Dos Hermanas (4), Utrera (1) y Chiclana de la Frontera (1). De estos y estas alumnas, 10 han accedido al ciclo procedentes de bachillerato, otros 10 han cursado un Ciclo de Grado Medio y 2 han cursado un Ciclo de Grado Superior, de diferentes ramas profesionales.

Según las pruebas iniciales se detecta un nivel de conocimientos medio-bajo sobre el módulo. El ambiente de clase es favorable para un buen desarrollo de la materia. El grupo parece llevarse bien y cooperar entre ellos, mostrando compañerismo; parecen motivados e interesados en el ciclo y en el módulo de CYAC en concreto.

Los niveles, capacidades e intereses son muy variados, por lo que la programación se adapta a todas estas cuestiones y atiende a la diversidad existente, tomando medidas para ello y para motivar la asistencia y participación diaria en el aula.

## 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 5º 23´ 5´´ de longitud oeste, y los 37º 35´ y 37º 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:

1. Tramitar documentos o comunicaciones internas o externas en los circuitos de información de la empresa.
2. Elaborar documentos y comunicaciones a partir de órdenes recibidas, información obtenida y/o necesidades detectadas.
3. Detectar necesidades administrativas o de gestión de la empresa de diversos tipos, a partir del análisis de la información disponible y del entorno.
4. Proponer líneas de actuación encaminadas a mejorar la eficiencia de los procesos administrativos en los que interviene.
5. Clasificar, registrar y archivar comunicaciones y documentos según las técnicas apropiadas y los parámetros establecidos en la empresa.
6. Atender a los clientes/usuarios en el ámbito administrativo y comercial asegurando los niveles de calidad establecidos y ajustándose a criterios éticos y de imagen de la empresa/institución.
7. Comunicarse con sus iguales, superiores, clientes y personas bajo su responsabilidad, utilizando vías eficaces de comunicación, transmitiendo la información o conocimientos adecuados y respetando la autonomía y competencia de las personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.

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:

1. Analizar y confeccionar los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa, identificando la tipología de los mismos y su finalidad, para gestionarlos.
2. Analizar los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa reconociendo su estructura, elementos y características para elaborarlos.
3. Identificar y seleccionar las expresiones de lengua inglesa, propias de la empresa, para elaborar documentos y comunicaciones.
4. 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.
5. Analizar la información disponible para detectar necesidades relacionadas con la gestión empresarial.

g) Identificar las técnicas y parámetros que determinan las empresas para clasificar, registrar y archivar comunicaciones y documentos.

n) Reconocer las técnicas de atención al cliente/usuario, adecuándolas a cada caso y analizando los protocolos de calidad e imagen empresarial o institucional para desempeñar las actividades relacionadas.

1. Aplicar estrategias y técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a la finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia en los procesos de comunicación.

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. | a) Analizar y confeccionar los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa, identificando la tipología de los mismos y su finalidad, para gestionarlos.  |
| b) Elaborar documentos y comunicaciones a partir de órdenes recibidas o información obtenida. | b) Analizar los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa, reconociendo su estructura, elementos y características para elaborarlos.c) Identificar y seleccionar las expresiones de lengua inglesa, propias de la empresa, para elaborar documentos y comunicaciones. d) Analizar las posibilidades de las aplicaciones y equipos informáticos, relacionándolas con su empleo más eficaz en el tratamiento de la información para elaborar documentos y comunicaciones. |
| c) Detectar necesidades administrativas o de gestión de la empresa de diversos tipos, a partir del análisis de la información disponible y del entorno.  | e) Analizar la información disponible para detectar necesidades relacionadas con la gestión empresarial. |
| d) Proponer líneas de actuación encaminadas a mejorar la eficiencia de los procesos administrativos en los que interviene. |
| e) Clasificar, registrar y archivar comunicaciones y documentos según las técnicas apropiadas y los parámetros establecidos en la empresa. | g) Identificar las técnicas y parámetros que determinan las empresas para clasificar, registrar y archivar comunicaciones y documentos.  |
| l) Atender a los clientes/usuarios en el ámbito administrativo y comercial asegurando los niveles de calidad establecidos y ajustándose a criterios éticos y de imagen de la empresa/institución.  | n) Reconocer las técnicas de atención al cliente/usuario, adecuándolas a cada caso y analizando los protocolos de calidad e imagen empresarial o institucional para desempeñar las actividades relacionadas.  |
| p) Comunicarse con sus iguales, superiores, clientes y personas bajo su responsabilidad, utilizando vías eficaces de comunicación, transmitiendo la información o conocimientos adecuados y respetando la autonomía y competencia de las personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.  | s) Aplicar estrategias y técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a la finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia en los procesos de comunicación.  |

# 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:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | ***Ámbito Competencial*** | ***Ámbito Educativo*** |
| ***RA*** | ***Logro*** | ***Objeto*** | ***Acciones en el contexto aprendizaje*** |
| **1. Caracteriza técnicas de comunicación institucional y promocional, distinguiendo entre internas y externas.**  | Caracteriza | técnicas de comunicación institucional y promocional  | distinguiendo entre internas y externas.  |
| **2. Realiza comunicaciones orales presenciales y no presenciales, aplicando técnicas de comunicación y adaptándolas a la situación y al interlocutor.**  | Realiza | comunicaciones orales presenciales y no presenciales | mediante la aplicación de técnicas de comunicación adaptadas a la situación y al interlocutor. |
| **3. Elabora documentos escritos de carácter profesional, aplicando criterios lingüísticos, ortográficos y de estilo.**  | Elabora | documentos escritos de carácter profesional | aplicando criterios lingüísticos, ortográficos y de estilo.  |
| **4. Determina los procesos de recepción, registro, distribución y recuperación de comunicaciones escritas, aplicando criterios específicos de cada una de estas tareas.**  | Determina | los procesos de recepción, registro, distribución y recuperación de comunicaciones escritas | aplicando criterios específicos de cada una de estas tareas.  |
| **5. Aplica técnicas de comunicación, identificando las más adecuadas en la relación y atención a los clientes/usuarios.**  | Aplica | técnicas de comunicación | identificando las más adecuadas en la relación y atención a los clientes/usuarios.  |
| **6. Gestiona consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes, aplicando la normativa vigente.**  | Gestiona | consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes | aplicando la normativa vigente. |
| **7. Organiza el servicio postventa, relacionándolo con la fidelización del cliente.**  | Organiza | el servicio postventa | relacionándolo con la fidelización del cliente.  |

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:

|  |  |
| --- | --- |
| ***RA*** | ***%*** |
| 1. Caracteriza técnicas de comunicación institucional y promocional, distinguiendo entre internas y externas.  | 12 % |
| 2. Realiza comunicaciones orales presenciales y no presenciales, aplicando técnicas de comunicación y adaptándolas a la situación y al interlocutor.  | 25 % |
| 3. Elabora documentos escritos de carácter profesional, aplicando criterios lingüísticos, ortográficos y de estilo.  | 15 % |
| 4. Determina los procesos de recepción, registro, distribución y recuperación de comunicaciones escritas, aplicando criterios específicos de cada una de estas tareas.  | 12 % |
| 5. Aplica técnicas de comunicación, identificando las más adecuadas en la relación y atención a los clientes/usuarios.  |  12 % |
| 6. Gestiona consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes, aplicando la normativa vigente.  |  12 % |
| 7. Organiza el servicio postventa, relacionándolo con la fidelización del cliente.  |  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. Caracteriza técnicas de comunicación institucional y promocional, distinguiendo entre internas y externas.**  | 12 % |
| **Criterios de Evaluación** | **Ponderación** | **Instrumento de Evaluación** |
| a) Se han identificado los tipos de instituciones empresariales, describiendo sus características jurídicas, funcionales y organizativas.  | 15% |  |
| b) Se han relacionado las funciones tipo de la organización: dirección, planificación, organización, ejecución y control. | 25% | Prueba escritaPrueba prácticaPrueba oralObservación CuadernoTestTrabajo CasaExposición OralTrabajo Búsqueda Internet |
| c) Se han relacionado los distintos estilos de mando de una organización con el clima laboral que generan. | 15% |
| d) Se ha identificado la estructura organizativa para una asistencia o la prestación de un servicio de calidad.  | 15% |
| e) Se han definido los canales formales de comunicación en la organización a partir de su organigrama.  | 5% |
| f) Se han diferenciado los procesos de comunicación internos formales e informales.  | 5% |
| g) Se ha valorado la influencia de la comunicación informal y las cadenas de rumores en las organizaciones, y su repercusión en las actuaciones del servicio de información prestado.  | 5% |
| h) Se ha relacionado el proceso de demanda de información de acuerdo con el tipo de cliente, interno y externo, que puede intervenir en la misma.  | 5% |
| i) Se ha valorado la importancia de la transmisión de la imagen corporativa de la organización en las comunicaciones formales.  | 5% |
| j) Se han identificado los aspectos más significativos que transmiten la imagen corporativa en las comunicaciones institucionales y promocionales de la organización.  | 5 % |

|  |  |
| --- | --- |
| **Resultado de Aprendizaje** | **Ponderación** |
| **2. Realiza comunicaciones orales presenciales y no presenciales, aplicando técnicas de comunicación y adaptándolas a la situación y al interlocutor.**  | 25% |
| **Criterios de Evaluación** | **Ponderación** | **Instrumento de Evaluación** |
| a) Se han identificado los elementos y las etapas de un proceso de comunicación. | 15% | Prueba escritaPrueba prácticaPrueba oralObservación CuadernoTestTrabajo CasaExposición OralTrabajo Búsqueda Internet |
| b) Se han aplicado las distintas técnicas de comunicación oral presencial y telefónica. | 25% |
| c) Se ha aplicado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales.  | 15% |
| d) Se ha utilizado el léxico y las expresiones adecuadas al tipo de comunicación y a los interlocutores.  | 15% |
| e) Se han identificado los elementos necesarios para realizar y recibir una llamada telefónica efectiva en sus distintas fases: preparación, presentación-identificación y realización de la misma.  | 5% |
| f) Se han tenido en cuenta las costumbres socioculturales y los usos empresariales y se ha valorado la importancia de la transmisión de la imagen corporativa.  | 5% |
| g) Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y con sensibilidad.  | 5% |
| h) Se han detectado las interferencias que producen las barreras de la comunicación en la comprensión de un mensaje y se han propuesto las acciones correctivas necesarias. | 5% |
| i) Se han aplicado convenientemente elementos de comunicación no verbal en los mensajes emitidos.  | 5% |
| j) Se han comprobado los errores cometidos y se han propuesto las acciones correctoras necesarias.  | 5% |

|  |  |
| --- | --- |
| **Resultado de Aprendizaje** | **Ponderación** |
| **3. Elabora documentos escritos de carácter profesional, aplicando criterios lingüísticos, ortográficos y de estilo.**  | 15% |
| **Criterios de Evaluación** | **Ponderación** | **Instrumento de Evaluación** |
| a) Se han identificado los soportes y los canales para elaborar y transmitir los documentos.  | 5% | Prueba escritaPrueba prácticaPrueba oralObservación CuadernoTestTrabajo CasaExposición OralTrabajo Búsqueda Internet |
| b) Se han diferenciado los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad y confidencialidad.  | 5% |
| c) Se ha identificado al destinatario, observando las debidas normas de protocolo.  | 5% |
| d) Se han diferenciado las estructuras y estilos de redacción propias de la documentación profesional. | 20% |
| e) Se ha redactado el documento apropiado, utilizando una estructura, terminología y forma adecuadas, en función de su finalidad y de la situación de partida.  | 30% |
| f) Se han utilizado las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos y autoedición, así como sus herramientas de corrección.  | 10% |
| g) Se han publicado documentos con herramientas de la web 2.0. | 5% |
| h) Se ha adecuado la documentación escrita al manual de estilo de organizaciones tipo.  | 5% |
| i) Se ha utilizado la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos, establecida para las empresas e instituciones públicas y privadas.  | 5% |
| j) Se han aplicado, en la elaboración de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar y reciclar).  | 5% |
| k) Se han aplicado técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones escritas, valorando su importancia para las organizaciones.  | 5% |

|  |  |
| --- | --- |
| **Resultado de Aprendizaje** | **Ponderación** |
| **4. Determina los procesos de recepción, registro, distribución y recuperación de comunicaciones escritas, aplicando criterios específicos de cada una de estas tareas.**  | 12% |
| **Criterios de Evaluación** | **Ponderación** | **Instrumento de Evaluación** |
| a) Se han identificado los medios, procedimientos y criterios más adecuados en la recepción, registro, distribución y transmisión de comunicación escrita a través de los medios telemáticos.  | 5% | Prueba escritaPrueba prácticaPrueba oralObservación CuadernoTestTrabajo CasaExposición OralTrabajo Búsqueda Internet |
| b) Se han determinado las ventajas e inconvenientes de la utilización de los distintos medios de transmisión de la comunicación escrita.  |  10% |
| c) Se ha seleccionado el medio de transmisión más adecuado en función de los criterios de urgencia, coste y seguridad.  |  5% |
| d) Se han identificado los soportes de archivo y registro más utilizados en función de las características de la información que se va a almacenar.  | 10% |
| e) Se han analizado las técnicas de mantenimiento del archivo de gestión de correspondencia convencional.  | 15% |
| f) Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiado al tipo de documentos.  |  20% |
| g) Se han reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación.  | 10% |
| h) Se han respetado los niveles de protección, seguridad y acceso a la información según la normativa vigente y se han aplicado, en la elaboración y archivo de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).  | 5% |
| i) Se han registrado los correos electrónicos recibidos o emitidos de forma organizada y rigurosa, según técnicas de gestión eficaz.  | 5% |
| j) Se ha realizado la gestión y mantenimiento de libretas de direcciones.  | 5% |
| k) Se ha valorado la importancia de la firma digital en la correspondencia electrónica.  | 10% |

|  |  |
| --- | --- |
| **Resultado de Aprendizaje** | **Ponderación** |
| **5. Aplica técnicas de comunicación, identificando las más adecuadas en la relación y atención a los clientes/usuarios.**  | 12% |
| **Criterios de Evaluación** | **Ponderación** | **Instrumento de Evaluación** |
| a) Se han aplicado técnicas de comunicación y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente/usuario en situaciones de atención/asesoramiento al mismo.  | 20% | Prueba escritaPrueba prácticaPrueba oralObservación CuadernoTestTrabajo CasaExposición OralTrabajo 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.  | 20% |
| c) Se ha adoptado la actitud más adecuada según el comportamiento del cliente ante diversos tipos de situaciones.  | 15% |
| d) Se han analizado las motivaciones de compra o demanda de un producto o servicio por parte del cliente/usuario.  | 15% |
| e) Se ha obtenido, en su caso, la información histórica del cliente. | 5% | Prueba escritaPrueba prácticaPrueba oralObservación CuadernoTestTrabajo CasaExposición OralTrabajo Búsqueda Internet |
| f) Se ha aplicado la forma y actitud adecuadas en la atención y asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado.  | 15% |
| g) Se han analizado y solucionado los errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente/usuario.  | 10% |

|  |  |
| --- | --- |
| **Resultado de Aprendizaje** | **Ponderación** |
| **6. Gestiona consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes, aplicando la normativa vigente.**  | 12 % |
| **Criterios de Evaluación** | **Ponderación** | **Instrumento de Evaluación** |
| a) Se han descrito las funciones del departamento de atención al cliente en empresas.  | 10% | Prueba escritaPrueba prácticaPrueba oralObservación CuadernoTestTrabajo CasaExposición OralTrabajo Búsqueda Internet |
| b) Se ha valorado la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos. | 5% |
| c) Se ha interpretado la comunicación recibida por parte del cliente.  | 20% |
| d) Se han relacionado los elementos de la queja/reclamación con las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/reclamaciones.  | 20% |
| e) Se han diferenciado los tipos de demanda o reclamación. | 5% |
| f) Se ha gestionado la información que hay que suministrar al cliente. | 5% |
| g) Se han determinado los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones.  | 5% |
| h) Se han redactado escritos de respuesta, utilizando medios electrónicos u otros canales de comunicación.  | 10% |
| i) Se ha valorado la importancia de la protección del consumidor.  | 10% |
| j) Se ha aplicado la normativa en materia de consumo.  | 10% |

|  |  |
| --- | --- |
| **Resultado de Aprendizaje** | **Ponderación** |
| **7. Organiza el servicio postventa, relacionándolo con la fidelización del cliente.**  | 12 % |
| **Criterios de Evaluación** | **Ponderación** | **Instrumento de Evaluación** |
| a) Se ha valorado la importancia del servicio posventa en los procesos comerciales.  | 10% | Prueba escritaPrueba prácticaPrueba oralObservación CuadernoTestTrabajo CasaExposición OralTrabajo Búsqueda Internet |
| b) Se han identificado los elementos que intervienen en la atención posventa.  | 15% |
| c) Se han identificado las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio posventa.  | 5%  |
| d) Se han aplicado los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio posventa y los elementos que intervienen en la fidelización del cliente.  | 5%  |
| e) Se han distinguido los momentos o fases que estructuran el proceso de posventa.  | 15%  |
| f) Se han utilizado las herramientas de gestión de un servicio posventa.  | 15%  |
| g) Se han descrito las fases del procedimiento de relación con los clientes.  | 15%  |
| h) Se han descrito los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio.  | 5% |
| i) Se han detectado y solventado los errores producidos en la prestación del servicio.  | 10% |
| j) Se ha aplicado el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas.  | 5% |

# 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. Caracteriza técnicas de comunicación institucional y promocional, distinguiendo entre internas y externas.**  | * **Técnicas de comunicación institucional y promocional:**
 | **Bloque de contenidos** |
| **Criterios de Evaluación** | a) Se han identificado los tipos de instituciones empresariales, describiendo sus características jurídicas, funcionales y organizativas.b) Se han relacionado las funciones tipo de la organización: dirección, planificación, organización, ejecución y control. c) Se han relacionado los distintos estilos de mando de una organización con el clima laboral que generan. d) Se ha identificado la estructura organizativa para una asistencia o la prestación de un servicio de calidad. e) Se han definido los canales formales de comunicación en la organización a partir de su organigrama. f) Se han diferenciado los procesos de comunicación internos formales e informales. g) Se ha valorado la influencia de la comunicación informal y las cadenas de rumores en las organizaciones, y su repercusión en las actuaciones del servicio de información prestado. h) Se ha relacionado el proceso de demanda de información de acuerdo con el tipo de cliente, interno y externo, que puede intervenir en la misma. i) Se ha valorado la importancia de la transmisión de la imagen corporativa de la organización en las comunicaciones formales. j) Se han identificado los aspectos más significativos que transmiten la imagen corporativa en las comunicaciones institucionales y promocionales de la organización.  | — Las organizaciones empresariales. Concepto. Características y tipología de las organizaciones. —Las funciones en la organización. Dirección, planificación, organización y control.—Dirección en la empresa. Estilos de mando. —Los departamentos. Áreas funcionales. —Organigramas. Concepto y clasificación. —Las relaciones humanas y laborales en la empresa. Comunicación e información y comportamiento. —La comunicación interna en la empresa. Comunicación formal e informal. —La comunicación externa en la empresa. —Procesos y sistemas de información en las organizaciones. —Tratamiento de la información. Flujos interdepartamentales. —Calidad del servicio y atención de demandas. —La imagen corporativa e institucional en los procesos de información y comunicación en las organizaciones.  | **Contenidos Básicos** |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Resultado de Aprendizaje** | **2. Realiza comunicaciones orales presenciales y no presenciales, aplicando técnicas de comunicación y adaptándolas a la situación y al interlocutor.**  | * **Las comunicaciones orales presenciales y no presenciales:**
 | **Bloque de contenidos** |
| **Criterios de Evaluación** | a) Se han identificado los elementos y las etapas de un proceso de comunicación.b) Se han aplicado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales.c) Se ha utilizado el léxico y las expresiones adecuadas al tipo de comunicación y a los interlocutores. e) Se han identificado los elementos necesarios para realizar y recibir una llamada telefónica efectiva en sus distintas fases: preparación, presentación-identificación y realización de la misma. f) Se han tenido en cuenta las costumbres socioculturales y los usos empresariales y se ha valorado la importancia de la transmisión de la imagen corporativa. g) Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y con sensibilidad. h) Se han detectado las interferencias que producen las barreras de la comunicación en la comprensión de un mensaje y se han propuesto las acciones correctivas necesarias. i) Se han aplicado convenientemente elementos de comunicación no verbal en los mensajes emitidos. j) Se han comprobado los errores cometidos y se han propuesto las acciones correctoras necesarias.  | —Elementos y etapas de un proceso de comunicación oral. —Principios básicos en las comunicaciones orales.—Técnicas y formas de comunicación oral.—Habilidades sociales y protocolo en la comunicación oral. —Formas de comunicación oral. —Barreras de la comunicación verbal y no verbal. —Adecuación del mensaje al tipo de comunicación y al interlocutor. —Utilización de técnicas de imagen personal. —Comunicaciones en la recepción de visitas. —Realización de entrevistas. Fases. —Realización de presentaciones. —La comunicación telefónica. La centralita y uso del listín telefónico. —Componentes de la atención telefónica. Expresiones adecuadas. —Preparación y realización de llamadas. —Identificación de los interlocutores. —La cortesía en las comunicaciones telefónicas. —Técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones telemáticas. —Tratamiento de distintas categorías de llamadas. —La videoconferencia. | **Contenidos Básicos** |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Resultado de Aprendizaje** | **3. Elabora documentos escritos de carácter profesional, aplicando criterios lingüísticos, ortográficos y de estilo.**  | **• Elaboración de documentos profesionales escritos:**  | **Bloque de contenidos** |
| **Criterios de Evaluación** | a) Se han identificado los soportes y los canales para elaborar y transmitir los documentos. b) Se han diferenciado los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad y confidencialidad. c) Se ha identificado al destinatario, observando las debidas normas de protocolo. d) Se han diferenciado las estructuras y estilos de redacción propias de la documentación profesional. e) Se ha redactado el documento apropiado, utilizando una estructura, terminología y forma adecuadas, en función de su finalidad y de la situación de partida. f) Se han utilizado las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos y autoedición, así como sus herramientas de corrección. g) Se han publicado documentos con herramientas de la web 2.0.h) Se ha adecuado la documentación escrita al manual de estilo de organizaciones tipo. i) Se ha utilizado la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos, establecida para las empresas e instituciones públicas y privadas. j) Se han aplicado, en la elaboración de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar y reciclar). k) Se han aplicado técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones escritas, valorando su importancia para las organizaciones.  | — La comunicación escrita en la empresa. Normas.—Estilos de redacción. Estructuras y estilos de redacción en la documentación profesional. Técnicas de comunicación escrita. —Siglas y abreviaturas. —Elementos utilizados en la documentación profesional. El sobre. El papel. —Redacción de documentos profesionales, utilizando tratamientos de textos. —Herramientas para la corrección de textos. —Comunicación en las redes (Intra/Internet, blogs, redes sociales, chats y mensajería instantánea, entre otros). La “netiqueta”. Publicación de documentos con herramientas de la web 2.0.—Técnicas de transmisión de la imagen corporativa en los escritos.  | **Contenidos Básicos** |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Resultado de Aprendizaje** | **4. Determina los procesos de recepción, registro, distribución y recuperación de comunicaciones escritas, aplicando criterios específicos de cada una de estas tareas.**  | **• Determinación de los procesos de recepción, registro, distribución y recuperación de la información:**  | **Bloque de contenidos** |
| **Criterios de Evaluación** | a) Se han identificado los medios, procedimientos y criterios más adecuados en la recepción, registro, distribución y transmisión de comunicación escrita a través de los medios telemáticos. b) Se han determinado las ventajas e inconvenientes de la utilización de los distintos medios de transmisión de la comunicación escrita. c) Se ha seleccionado el medio de transmisión más adecuado en función de los criterios de urgencia, coste y seguridad. d) Se han identificado los soportes de archivo y registro más utilizados en función de las características de la información que se va a almacenar. e) Se han analizado las técnicas de mantenimiento del archivo de gestión de correspondencia convencional. f) Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiado al tipo de documentos. g) Se han reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación. h) Se han respetado los niveles de protección, seguridad y acceso a la información según la normativa vigente y se han aplicado, en la elaboración y archivo de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar). i) Se han registrado los correos electrónicos recibidos o emitidos de forma organizada y rigurosa, según técnicas de gestión eficaz. j) Se ha realizado la gestión y mantenimiento de libretas de direcciones. k) Se ha valorado la importancia de la firma digital en la correspondencia electrónica.  | —La recepción, envío y registro de la correspondencia. —Servicios de correos y agencias o compañías de mensajería, circulación interna de correspondencia y paquetería. —Procedimientos de seguridad y confidencialidad de la información. —El proceso de archivo. Técnicas de archivo. Naturaleza. Finalidad del archivo. Sistemas de archivo. —Archivo de documentos. Clasificación y ordenación de documentos. Normas. —Clasificación de la información. —Centralización o descentralización del archivo. —Custodia y protección del archivo. —Las bases de datos para el tratamiento de la información. —El correo electrónico. Partes de un mensaje. Redacción.  | **Contenidos Básicos** |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Resultado de Aprendizaje** | **5. Aplica técnicas de comunicación, identificando las más adecuadas en la relación y atención a los clientes/usuarios** | * **Técnicas de comunicación relacionadas con la atención al cliente/usuario:**
 | **Bloque de contenidos** |
| **Criterios de Evaluación** | a) Se han aplicado técnicas de comunicación y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente/usuario en situaciones de atención/asesoramiento al mismo. b) Se han identificado las fases que componen el proceso de atención al cliente/consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación. c) Se ha adoptado la actitud más adecuada según el comportamiento del cliente ante diversos tipos de situaciones. d) Se han analizado las motivaciones de compra o demanda de un producto o servicio por parte del cliente/usuario. e) Se ha obtenido, en su caso, la información histórica del cliente. f) Se ha aplicado la forma y actitud adecuadas en la atención y asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado. g) Se han analizado y solucionado los errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente/usuario.  | —El cliente. Concepto y tipos. Motivación de compra. —La atención al cliente en la empresa/organización. —Canales de comunicación con el cliente. —El departamento de atención al cliente/consumidor en la empresa. Funciones y organización. —Documentación implicada en la atención al cliente. —Sistemas de información y bases de datos. Herramientas.—Relaciones públicas. —Procedimientos de obtención y recogida de información. —Técnicas de atención al cliente. Dificultades y barreras en la comunicación con clientes/usuarios.  | **Contenidos Básicos** |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Resultado de Aprendizaje** | **6. Gestiona consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes, aplicando la normativa vigente.**  | * **Gestión de consultas, quejas y reclamaciones:**
 | **Bloque de contenidos** |
| **Criterios de Evaluación** | a) Se han descrito las funciones del departamento de atención al cliente en empresas. b) Se ha valorado la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos. c) Se ha interpretado la comunicación recibida por parte del cliente. d) Se han relacionado los elementos de la queja/reclamación con las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/reclamaciones. e) Se han diferenciado los tipos de demanda o reclamación. f) Se ha gestionado la información que hay que suministrar al cliente. g) Se han determinado los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones. h) Se han redactado escritos de respuesta, utilizando medios electrónicos u otros canales de comunicación. i) Se ha valorado la importancia de la protección del consumidor. j) Se ha aplicado la normativa en materia de consumo.  | —El rol del consumidor y/o usuario. Diferencias. —La protección del consumidor y/o usuario. Derechos y deberes. —La defensa del consumidor. —Organismos de protección al consumidor. Instituciones públicas y asociaciones de consumidores. —Reclamaciones y denuncias. —Mediación, conciliación y arbitraje. Concepto y características. —Situaciones en las que se origina una mediación, conciliación o arbitraje.  | **Contenidos Básicos** |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Resultado de Aprendizaje** | **7. Organiza el servicio postventa, relacionándolo con la fidelización del cliente.**  | * **Organización del servicio posventa:**
 | **Bloque de contenidos** |
| **Criterios de Evaluación** | a) Se ha valorado la importancia del servicio posventa en los procesos comerciales. b) Se han identificado los elementos que intervienen en la atención posventa. c) Se han identificado las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio posventa. d) Se han aplicado los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio posventa y los elementos que intervienen en la fidelización del cliente. e) Se han distinguido los momentos o fases que estructuran el proceso de posventa. f) Se han utilizado las herramientas de gestión de un servicio posventa.h) Se han descrito los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio. i) Se han detectado y solventado los errores producidos en la prestación del servicio. j) Se ha aplicado el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas.  | —El valor de un producto o servicio para el cliente. —Actividades posteriores a la venta. —El proceso de posventa y su relación con otros procesos. —Tipos de servicio posventa. —La gestión y estándares de la calidad en el proceso del servicio posventa. CRM.—Fases para la gestión de la calidad en el servicio posventa. —Técnicas y herramientas para la gestión de la calidad. Cualitativas y cuantitativas. —Fidelización del cliente.  | **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** | **12%** | **a, b, c, d, e, f, g, h, i, j** | **1** | **La organización en la empresa. Proceso de información y comunicación** |
| **2** | **12,5%****12,5%** | **a, b, c, d, e, f, g, h, i, j** | **2** | **La comunicación presencial en la empresa.** **La comunicación telefónica y telemática** |
| **3** | **15%** | **a, b, c, d, e, f, g, h, i, j, k** | **3** | **Documentos escritos al servicio de la documentación empresarial** |
| **4** | **12%** | **a, b, c, d, e, f, g, h, i, j, k** | **4** | **Tratamiento, clasificación y archivo de la documentación empresarial** |
| **5** | **12%** | **a, b, c, d, e, f, g** | **5** | **Comunicación y atención comercial** |
| **6** | **12%** | **a, b, c, d, e, f, g, h, i, j** | **6** | **Gestión de conflictos y reclamaciones** |
| **7** | **12%** | **a, b, c, d, e, f, g, h, i, j** | **7** | **Servicio posventa y fidelización de los clientes** |

## 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** | **12%** | **a, b, c, d, e, f, g, h, i, j** | **1** | **La organización en la empresa. Proceso de información y comunicación** | **20** | **T 1** |
| **2** | **25%** | **a, b, c, d, e, f, g, h, i, j** | **2** | **La comunicación presencial en la empresa.** **Comunicación telefónica y telemática** | **44** |
| **3** | **15%** | **a, b, c, d, e, f, g, h, i, j, k** | **3** | **Documentos escritos al servicio de la documentación empresarial** | **18** | **T 2** |
| **4** | **12%** | **a, b, c, d, e, f, g, h, i, j** | **4** | **Tratamiento, clasificación y archivo de la documentación empresarial** | **22** |
| **5** | **12%** | **a, b, c, d, e, f, g** | **5** | **Comunicación y atención comercial** | **18** |
| **6** | **12%** | **a, b, c, d, e, f, g, h, i, j** | **6** | **Gestión de conflictos y reclamaciones** | **18** | **T 3** |
| **7** | **12%** | **a, b, c, d, e, f, g** | **7** | **Servicio posventa y fidelización de los clientes** | **20** |

# 8.- UNIDADES DE APRENDIZAJE

|  |
| --- |
| **Unidad de Aprendizaje Nº1: LA ORGANIZACIÓN EN LA EMPRESA. PROCESO DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN** |
| **Temporalización**: 1er trimestre | **Duración**: 20 horas | **Ponderación**: 12 % |
| **Objetivos Generales** | **Competencias** |
| a), b), c), s) | a), b), p) |
| **Resultados de Aprendizaje** |
| **1. Caracteriza técnicas de comunicación institucional y promocional, distinguiendo entre internas y externas** |
| **Objetivos Específicos** |
| * Acercar al alumno/a a la realidad de la empresa y su organización para situarlo de cara a las funciones de información y comunicación que tendrá que desarrollar a lo largo de este módulo profesional.
* Desarrollar la capacidad de analizar las funciones y estilos de mando más habituales y analizar los procesos de comunicación, formales e informales, en las organizaciones.
 |
| **Aspectos del Saber Hacer/Estar** | **Aspectos del Saber** |
| -Identificación de los tipos de instituciones empresariales.-Análisis de las funciones dentro de la organización empresarial.-Identificación de la estructura organizativa de la empresa.-Elaboración del organigrama de una empresa.-Análisis de los estilos de mando en las empresas.-Detección de errores de comunicación derivados del tipo de estilo de mando.-Diferenciación de los procesos de comunicación formal e informal.-Identificación de los aspectos más significativos que transmiten la imagen corporativa de la organización.-Utilización de las técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones institucionales. | -La empresa. Concepto, características y tipos. Elementos empresariales. -La organización empresarial. Principios de organización. Los departamentos y las áreas funcionales. Organigramas. La organización informal y las relaciones humanas y laborales en la empresa.-Dirección en la empresa. Funciones, personalidad y comportamiento del directivo. Niveles y estilos de mando.-Procesos y sistemas de información. Tratamiento de la información. Flujos entre departamentos. Lo confidencial y lo restringido.-Calidad del servicio y atención de demandas. La relación entre organización y comunicación en la empresa. Centralización o descentralización.-La comunicación interna y externa. Comunicación formal e informal. Los rumores. Comunicación, información y comportamiento.-La imagen corporativa e institucional. La cultura corporativa. La imagen institucional. |
| **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 tipos de instituciones empresariales, describiendo sus características jurídicas, funcionales y organizativas. | 15% | Prueba escritaPrueba prácticaPrueba oralObservación CuadernoTestTrabajo CasaExposición OralTrabajo Búsqueda Internet |
| b) Se han relacionado las funciones tipo de la organización: dirección, planificación, organización, ejecución y control. | 25% |
| c) Se han relacionado los distintos estilos de mando de una organización con el clima laboral que generan. | 15% |
| d) Se ha identificado la estructura organizativa para una asistencia o la prestación de un servicio de calidad. | 15% |
| e) Se han definido los canales formales de comunicación en la organización a partir de su organigrama. | 5% |
| f) Se han diferenciado los procesos de comunicación internos formales e informales. | 5% |
| g) Se ha valorado la influencia de la comunicación informal y las cadenas de rumores en las organizaciones, y su repercusión en las actuaciones del servicio de información prestado. | 5% |
| h) Se ha relacionado el proceso de demanda de información de acuerdo con el tipo de cliente, interno y externo, que puede intervenir en la misma. | 5% |
| i) Se ha valorado la importancia de la transmisión de la imagen corporativa de la organización en las comunicaciones formales. | 5% |
| j) Se han identificado los aspectos más significativos que transmiten la imagen corporativa en las comunicaciones institucionales y promocionales de la organización. | 5% |
| **Recursos** |
| El libro de texto que va a utilizarse el presente curso como guía para el desarrollo del módulo es:*Comunicación 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 EN LA EMPRESA. COMUNICACIÓN TELEFÓNICA Y TELEMÁTICA** |
| **Temporalización**: 1er trimestre | **Duración**: 44 horas | **Ponderación**: 25% |
| **Objetivos Generales** | **Competencias** |
| b), c), s) | a), b), p) |
| **Resultados de Aprendizaje** |
| **2. Realiza comunicaciones orales presenciales y no presenciales, aplicando técnicas de comunicación y adaptándolas a la situación y al interlocutor** |
| **Objetivos Específicos** |
| * Transmitir información de forma oral, de acuerdo con las técnicas de atención y comunicación presencial.
* Analizar los aspectos de comunicación verbal y no verbal que deben cuidarse para la presentación del mensaje.
* Valorar las posibles dificultades en su transmisión.
* Analizar las técnicas de comunicación presencial, especialmente en la atención de visitas.
* Proporcionar información utilizando técnicas de comunicación en situaciones de atención/asesoramiento no presencial.
* Analizar los aspectos de comunicación verbal y no verbal que deben cuidarse en las comunicaciones telefónicas.
* Analizar las técnicas de comunicación telefónica centrándose en el tratamiento de las llamadas telefónicas en una centralita.
* Analizar los elementos de la comunicación telemática.
* Utilizar las nuevas formas de comunicación escrita: correo electrónico, mensajería instantánea y redes sociales para la comunicación y la transmisión de la imagen corporativa.
 |
| **Aspectos del Saber Hacer/Estar** | **Aspectos del Saber** |
| -Identificación de los elementos y las etapas de un proceso de comunicación.-Detección de las interferencias producidas por las barreras de la comunicación.-Utilización del léxico y las expresiones adecuadas al tipo de comunicación e interlocutores.-Utilización de técnicas de comunicación oral.-Utilización de elementos de comunicación no verbal en los mensajes emitidos.-Utilización de protocolos de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales.-Utilización de las normas de cortesía en situaciones de comunicación presencial.-Utilización de técnicas de comunicación presencial en el ámbito profesional.-Utilización de la escucha activa en procesos de comunicación presencial -Transmisión adecuada de la imagen corporativa en la comunicación presencial.-Identificación de los tipos de interlocutores.-Utilización de normas de protocolo en comunicaciones telefónicas.-Realización y recepción de llamadas telefónicas.-Análisis de los errores cometidos y proponer las correcciones necesarias.-Identificación de las costumbres y usos empresariales en comunicaciones telefónicas.-Utilización de protocolos establecido para la comunicación telemática.-Realización y recepción de comunicaciones telemáticas. -Publicación de documentos en la web.-Utilización de técnicas de transmisión de la imagen corporativa en comunicaciones telemáticas. | -El proceso comunicativo: * Fases del proceso,
* Elementos de la comunicación.
* Dificultades y barreras en la comunicación.

- Comunicación telefónica:* Elementos, tipos y medios.
* Fases del proceso de comunicación telefónica.
* Expresión verbal al teléfono.
* Expresión no verbal al teléfono.
* Partes de una llamada.
* Barreras y dificultades.

-Técnicas de comunicación telefónica:* Atención al cliente: proactiva / reactiva.
* Reglas para realizar y contestar llamadas telefónicas.
* Normas de protocolo de comunicación telefónica.
* Atención en centralitas telefónicas.
* Recogida y transmisión de mensajes.
* Atención de clientes difíciles.

-Comunicación telemática: * La videoconferencia.
* Comunicación en las redes.
* Uso y utilización.
* La “netiqueta”.
* Publicación de documentos con herramientas de la web 2.0.
* Técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones telemáticas.
* El community manager y la gestión de las redes sociales.
 |
| **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 elementos y las etapas de un proceso de comunicación. | 15% | Prueba escritaPrueba prácticaPrueba oralObservación CuadernoTestTrabajo CasaExposición OralTrabajo Búsqueda Internet |
| b) Se han aplicado las distintas técnicas de comunicación oral presencial y telefónica. | 25% |
| c) Se ha aplicado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales.  | 15% |
| d) Se ha utilizado el léxico y las expresiones adecuadas al tipo de comunicación y a los interlocutores.  | 15% |
| e) Se han identificado los elementos necesarios para realizar y recibir una llamada telefónica efectiva en sus distintas fases: preparación, presentación-identificación y realización de la misma.  | 5% |
| f) Se han tenido en cuenta las costumbres socioculturales y los usos empresariales y se ha valorado la importancia de la transmisión de la imagen corporativa.  | 5% |
| g) Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y con sensibilidad.  | 5% |
| h) Se han detectado las interferencias que producen las barreras de la comunicación en la comprensión de un mensaje y se han propuesto las acciones correctivas necesarias. | 5% |
| i) Se han aplicado convenientemente elementos de comunicación no verbal en los mensajes emitidos.  | 5% |
| j) Se han comprobado los errores cometidos y se han propuesto las acciones correctoras necesarias.  | 5% |
| **Recursos** |
| El libro de texto que va a utilizarse el presente curso como guía para el desarrollo del módulo es:*Comunicación 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 Nº3: DOCUMENTOS ESCRITOS AL SERVICIO DE LA DOCUMENTACIÓN EMPRESARIAL**  |
| **Temporalización**: 2º Trimestre | **Duración**: 18 horas | **Ponderación**: 15% |
| **Objetivos Generales** | **Competencias** |
| a), b), c), n) | a), b), c), d), p) |
| **Resultados de Aprendizaje** |
| **3. Elabora documentos escritos de carácter profesional, aplicando criterios lingüísticos, ortográficos y de estilo.** |
| **Objetivos Específicos** |
| * Proporcionar la información utilizando técnicas de comunicación escrita.
* Analizar los aspectos de comunicación que deben cuidarse en la comunicación escrita.
* Analizar los distintos tipos de documentos propios de las organizaciones.
* Analizar los soportes y canales más utilizados en la transmisión de documentos escritos.
 |
| **Aspectos del Saber Hacer/Estar** | **Aspectos del Saber** |
| -Diferenciar las estructuras y estilos de redacción.-Utilización de normas de protocolo en función del destinatario.-Adecuación de la documentación escrita al manual de estilo de la organización.-Identificación de herramientas de corrección de textos.-Redacción del documento apropiado en función de su finalidad.-Supervisión de la redacción de documentos escritos de carácter institucional.-Elaboración de resúmenes diarios de prensa y redactar notas de prensa de acuerdo con manuales de estilo tipo.-Identificación de los soportes y los canales más adecuados para elaborar y transmitir los documentos.-Utilización de técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones escritas.-Identificación de los soportes y los canales para elaborar y transmitir los documentos.-Utilización de aplicaciones informáticas de procesamiento de textos y autoedición. | -Comunicación escrita: * Elementos y tipos.
* Características de la comunicación escrita.
* Principios y normas de redacción y presentación de documentos.

-Documentos de comunicación escrita: * La carta: estructura y características.
* Carta comercial y carta circular.
* Estilos de carta comercial.
* La invitación: estructura y características.
* El saluda: estructura y características.

-Soportes y canales para transmitir documentos escritos. |
| **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 y los canales para elaborar y transmitir los documentos.  | 5% | Prueba escritaPrueba práctica |
| b) Se han diferenciado los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad y confidencialidad.  | 5% |
| c) Se ha identificado al destinatario, observando las debidas normas de protocolo.  | 5% |
| d) Se han diferenciado las estructuras y estilos de redacción propias de la documentación profesional. | 20% |
| e) Se ha redactado el documento apropiado, utilizando una estructura, terminología y forma adecuadas, en función de su finalidad y de la situación de partida.  | 30% |
| f) Se han utilizado las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos y autoedición, así como sus herramientas de corrección.  | 10% | Prueba oralObservación CuadernoTestTrabajo CasaExposición OralTrabajo Búsqueda Internet |
| g) Se han publicado documentos con herramientas de la web 2.0. | 5% |
| h) Se ha adecuado la documentación escrita al manual de estilo de organizaciones tipo.  | 5% |
| i) Se ha utilizado la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos, establecida para las empresas e instituciones públicas y privadas.  | 5% |
| j) Se han aplicado, en la elaboración de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar y reciclar).  | 5% |
| k) Se han aplicado técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones escritas, valorando su importancia para las organizaciones.  | 5% |
| **Recursos** |
| El libro de texto que va a utilizarse el presente curso como guía para el desarrollo del módulo es:*Comunicación 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 Nº4: TRATAMIENTO, CLASIFICACIÓN Y ARCHIVO DE LA DOCUMENTACIÓN EMPRESARIAL** |
| **Temporalización**: 2º Trimestre | **Duración**: 22 horas | **Ponderación**: 12% |
| **Objetivos Generales** | **Competencias** |
| a), b), d), e), g), n) | b), d), e), p) |
| **Resultados de Aprendizaje** |
| **4. Determina los procesos de recepción, registro, distribución y recuperación de comunicaciones escritas, aplicando criterios específicos de cada una de estas tareas.** |
| **Objetivos Específicos** |
| * Desarrollar la importancia que la labor de archivo y la gestión de los datos contenidos en él tiene para la empresa.
* Hacer hincapié en la relación existente entre datos, información y toma de decisiones, así como en las obligaciones legales relacionadas con la conservación de documentación, resaltando las responsabilidades que acarrea un posible incumplimiento.
* Destacar el especial cuidado y protección que deberá tenerse con los datos de carácter personal.
* Archivar convenientemente documentación, tanto en soporte papel como informático.
* Conocer los distintos sistemas de clasificación de documentos, el procedimiento de gestión de documentación a seguir desde que un documento entra en el archivo hasta que sale para ser destruido y los sistemas de gestión de datos informáticos más utilizados.
 |
| **Aspectos del Saber Hacer/Estar** | **Aspectos del Saber** |
| -Clasificar y ordenar adecuadamente la documentación empresarial en función del sistema de clasificación más adecuado.-Aplicar los procedimientos de gestión de documentación, según su utilidad.-Registrar, clasificar y distribuir correctamente la correspondencia de entrada y salida en la empresa.-Desarrollar correctamente la labor de archivo informático de cualquier documento empresarial.-Distinguir los principales servicios y tipos de envío de correspondencia y paquetería disponibles en el mercado.-Aplicar la LOPD en una actividad empresarial tipo. | -El archivo. Finalidad, funciones y tipos de archivo. Naturaleza y finalidad de la función de archivo. Tipos de archivo. Cómo desarrollar la labor de archivo.-Sistemas de clasificación de documentación. Sistema alfabético, numérico, cronológico, geográfico, temático y mixto.-Recepción y archivo de documentación. Recepción y archivo en soporte papel. Materiales de archivo en soporte papel. Archivo en soporte informático. Equipamiento informático para el archivo.-Consulta y conservación de la documentación. Conservación y uso de documentos escritos. Gestión de datos en soporte informático. Purga y destrucción de documentos.-Tratamiento de la correspondencia empresarial. Tratamiento de la correspondencia de entrada. Tratamiento de la correspondencia de salida. Servicios de correspondencia y paquetería.-Seguridad y confidencialidad de la información. La LOPD. Medidas para la protección de la información. Aplicación de la LOPD. La Agencia Española de Protección de Datos. Adaptación de la actividad empresarial a la LOPD. |
| **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 medios, procedimientos y criterios más adecuados en la recepción, registro, distribución y transmisión de comunicación escrita a través de los medios telemáticos. | 5% | Prueba escritaPrueba prácticaPrueba oralObservación CuadernoTestTrabajo CasaExposición OralTrabajo Búsqueda Internet |
| b) Se han determinado las ventajas e inconvenientes de la utilización de los distintos medios de transmisión de la comunicación escrita. | 10% |
| c) Se ha seleccionado el medio de transmisión más adecuado en función de los criterios de urgencia, coste y seguridad.  | 5% |
| d) Se han identificado los soportes de archivo y registro más utilizados en función de las características de la información que se va a almacenar.  | 10% | Prueba escritaPrueba prácticaPrueba oralObservación CuadernoTestTrabajo CasaExposición OralTrabajo Búsqueda Internet |
| e) Se han analizado las técnicas de mantenimiento del archivo de gestión de correspondencia convencional.  | 15% |
| f) Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiado al tipo de documentos.  | 20% |
| g) Se han reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación.  | 10% |
| h) Se han respetado los niveles de protección, seguridad y acceso a la información según la normativa vigente y se han aplicado, en la elaboración y archivo de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).  | 5% |
| i) Se han registrado los correos electrónicos recibidos o emitidos de forma organizada y rigurosa, según técnicas de gestión eficaz. | 5% |
| j) Se ha realizado la gestión y mantenimiento de libretas de direcciones.  | 5% |
| k) Se ha valorado la importancia de la firma digital en la correspondencia electrónica. | 10% |
| **Recursos** |
| El libro de texto que va a utilizarse el presente curso como guía para el desarrollo del módulo es:*Comunicación 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: COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN COMERCIAL** |
| **Temporalización**: 2º Trimestre | **Duración**: 18 horas | **Ponderación**: 12% |
| **Objetivos Generales** | **Competencias** |
| a), n), s) | a), b), d), l), p) |
| **Resultados de Aprendizaje** |
| **5. Aplica técnicas de comunicación, identificando las más adecuadas en la relación y atención a los clientes/usuarios.** |
| **Objetivos Específicos** |
| * Poner en práctica las distintas herramientas de comunicación al desarrollar un proceso de atención comercial de calidad.
* Conocer los distintos tipos de clientes que pueden encontrarse, qué mueve a éstos para actuar o no de una determinada forma, cuál es el proceso por el que pasan para decidir qué comprar o la organización y funcionamiento de un departamento de atención al cliente tipo.
* Conocer las especificidades que tiene el propio proceso de comunicación comercial, entendiendo los efectos que pueden provocar en él factores como el estilo comunicativo empleado, los errores y barreras comunicativas que pudiesen aparecer o la aplicación conveniente de elevadas dosis de asertividad.
* Comprender las bondades que tiene el tratamiento y gestión de la información comercial aplicando herramientas tecnológicas de gestión de clientes.
 |
| **Aspectos del Saber Hacer/Estar** | **Aspectos del Saber** |
| -Diferenciar la tipología de clientela objeto de atención comercial en una empresa.-Analizar las razones que llevan a un cliente a tomar una decisión de consumo.-Analizar el proceso de decisión de compra desarrollado por un cliente tipo.-Relacionar el trabajo desarrollado en el departamento de atención al cliente con el desempeñado en otras áreas funcionales.-Aplicar las distintas herramientas de comunicación estudiadas en las posibles situaciones de comunicación con los clientes.-Adaptar el estilo comunicativo desarrollado al tipo de cliente a atender.-Desarrollar convenientemente las distintas fases que componen un proceso de atención comercial estándar.-Gestionar la información derivada de un proceso de atención comercial, utilizando medios informáticos. | -El cliente: tipos de clientes e importancia para la empresa: Orientación al marketing. El cliente: definición y tipos.-Las motivaciones del cliente y el proceso de compra. Necesidades del cliente y satisfacción. Factores determinantes del comportamiento del cliente. Proceso de decisión de compra.-El departamento de atención al cliente. Funciones y organización. Interrelación con el resto de la empresa. Calidad en la atención al cliente.-Comunicación en la atención comercial. Estilos de comunicación comercial. Canales de comunicación habituales. Errores y barreras comunicativas.-El proceso de atención comercial: elementos y técnicas. Elementos de la atención al cliente. Proceso de atención al cliente. Técnicas de comunicación verbal asertivas.-Tratamiento y gestión de la información comercial: los CRM. Objetivos y utilidad empresarial. Funcionamiento y características. Soluciones tecnológicas aplicables a un CRM. |
| **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 aplicado técnicas de comunicación y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente/usuario en situaciones de atención/asesoramiento al mismo. |  20% |  |
| b) Se han identificado las fases que componen el proceso de atención al cliente/consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación.  |  20% | Prueba escritaPrueba prácticaPrueba oralObservación CuadernoTestTrabajo CasaExposición OralTrabajo Búsqueda Internet |
| c) Se ha adoptado la actitud más adecuada según el comportamiento del cliente ante diversos tipos de situaciones.  |  15% |
| d) Se han analizado las motivaciones de compra o demanda de un producto o servicio por parte del cliente/usuario.  |  15% |
| e) Se ha obtenido, en su caso, la información histórica del cliente. |  5% |
| f) Se ha aplicado la forma y actitud adecuadas en la atención y asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado.  |  15% |
| g) Se han analizado y solucionado los errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente/usuario.  |  10% |
| **Recursos** |
| El libro de texto que va a utilizarse el presente curso como guía para el desarrollo del módulo es:*Comunicación 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 6: GESTIÓN DE CONFLICTOS Y RECLAMACIONES**  |
| **Temporalización**: 3er trimestre | **Duración**: 18 horas | **Ponderación**: 12 % |
| **Objetivos Generales** | **Competencias** |
| a), b), c), d), n), s) | a), b), d), l), p) |
| **Resultados de Aprendizaje** |
| **6. Gestiona consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes, aplicando la normativa vigente.** |
| **Objetivos Específicos** |
| * Estudiar las posibles reacciones de un cliente tras recibir un bien o servicio.
* Analizar los elementos que componen una reclamación, cómo deben ser elaboradas documentalmente y gestionadas adecuadamente, tanto en el caso de presentarse en forma escrita como de forma presencial.
* Poner en práctica las distintas herramientas de negociación.
* Estudiar la figura del consumidor, sus derechos y obligaciones, la normativa legal que lo protege y las instituciones públicas y privadas encargadas de ello.
 |
| **Aspectos del Saber Hacer/Estar** | **Aspectos del Saber** |
| -Diferenciar las distintas opiniones de los clientes sobre el servicio recibido.-Correcta elaboración de una hoja de reclamaciones.-Correcta presentación de una hoja de reclamaciones.-Correcta gestión de una reclamación, ya sea a través de una hoja de reclamaciones recibida o presencialmente.-Correcta tramitación administrativa de una hoja de reclamaciones.-Correcta aplicación de las técnicas de negociación ante situaciones comerciales que lo requieran. | -Exteriorización de la satisfacción del cliente. Actuación empresarial. La satisfacción del cliente. Factores determinantes. El cliente comunica su grado de satisfacción. Mecanismos de expresión de la satisfacción.-La reclamación. Documentación asociada a la misma. Estructura de una hoja de reclamaciones. Presentación. Consejos de utilización.-Gestión documental de reclamaciones. Principios básicos. Proceso de tratamiento de una reclamación. Beneficios de una adecuada gestión.-Gestión de reclamaciones presenciales.-Conflicto y negociación. Técnicas y herramientas de negociación. El conflicto. Estilos y estrategias de resolución. La negociación. Fases del proceso negociador. Tácticas de negociación. Actuación de un buen negociador.-La protección de los derechos del consumidor. El consumidor. Derechos y obligaciones del consumidor. Normativa básica en materia de consumo. Instituciones y organismos de consumo. |
| **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 escritaPrueba prácticaPrueba oralObservación CuadernoTestTrabajo CasaExposición OralTrabajo Búsqueda Internet |
| b) Se ha valorado la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos. | 5% |
| c) Se ha interpretado la comunicación recibida por parte del cliente.  | 20% |
| d) Se han relacionado los elementos de la queja/reclamación con las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/reclamaciones.  | 20% |
| e) Se han diferenciado los tipos de demanda o reclamación. | 5% |
| f) Se ha gestionado la información que hay que suministrar al cliente. | 5% |
| g) Se han determinado los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones.  | 5% |
| h) Se han redactado escritos de respuesta, utilizando medios electrónicos u otros canales de comunicación.  | 10% |
| i) Se ha valorado la importancia de la protección del consumidor.  | 10% |
| j) Se ha aplicado la normativa en materia de consumo.  | 10% |
| **Recursos** |
| El libro de texto que va a utilizarse el presente curso como guía para el desarrollo del módulo es:*Comunicación 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 7: SERVIVIO POSVENTA Y FIDELIZACIÓN DE LOS CLIENTES** |
| **Temporalización**: 3er trimestre | **Duración**: 20 horas | **Ponderación**: 12% |
| **Objetivos Generales** | **Competencias** |
| b), d), e), n) | a), c), d), l), p) |
| **Resultados de Aprendizaje** |
| **7. Organiza el servicio postventa, relacionándolo con la fidelización del cliente.** |
| **Objetivos Específicos** |
| * Estudiar los tipos de servicio postventa y la importancia que éstos tienen para el diseño de un producto de calidad.
* Analizar qué es la calidad y los factores que influyen en su creación.
* Establecer mecanismos e instrumentos de evaluación que permitan medir adecuadamente el nivel de calidad presente en un determinado servicio postventa.
* Estudiar cómo poner en marcha actuaciones que permitan corregir cualquier error o anomalía detectada.
* Establecer procesos sistemáticos de mejora continua, siendo muy útiles en este momento la utilización de manuales de procedimientos.
* Poner de relieve la importancia que para una empresa tiene la fidelización de sus clientes, ya que ésta sólo se produce si el producto comercializado es percibido como de calidad por éstos.
* Conocer y aplicar las diferentes técnicas de fidelización más utilizadas en los mercados actuales.
 |
| **Aspectos del Saber Hacer/Estar** | **Aspectos del Saber** |
| -Diferenciar los distintos tipos de servicio postventa-Planificar y evaluar la calidad del servicio postventa aplicando las técnicas adecuadas.-Tratar los errores y anomalías detectados en el servicio postventa según los protocolos y procedimientos establecidos.-Diseñar manuales de procedimientos que fomenten la calidad del serbio postventa.-Aplicar las funcionalidades de un CRM a la gestión de la calidad de la postventa.-Aplicar las distintas técnicas de fidelización de clientes estudiadas, analizando los efectos de las mismas. | -El servicio postventa: definición y tipos. Servicio postventa y creación de valor. Tipos de servicio postventa. Importancia empresarial de la postventa-La calidad y el servicio postventa. Concepto de calidad. Niveles de calidad. -Gestión de la calidad: planificación y evaluación del servicio postventa. Planificación del servicio postventa. Evaluación de la calidad del servicio postventa. -Tratamiento de errores y anomalías. Control y mejora del servicio. Cómo tratar anomalías en la postventa. Control y mejora del servicio postventa. Los manuales de procedimientos como instrumento de calidad-El CRM como herramienta de gestión de la postventa. Módulos del CRM asociados a la postventa. Beneficios de usar el CRM en la postventa. -Postventa y fidelización de clientes. Razones de la fidelidad de los clientes. Ventajas derivadas de la fidelización de los clientes. Técnicas de fidelización de clientes más habituales. |
| **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 valorado la importancia del servicio posventa en los procesos comerciales.  | 10% | Prueba escritaPrueba prácticaPrueba oralObservación CuadernoTestTrabajo CasaExposición OralTrabajo Búsqueda Internet |
| b) Se han identificado los elementos que intervienen en la atención posventa.  | 15% |
| c) Se han identificado las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio posventa.  | 5% |
| d) Se han aplicado los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio posventa y los elementos que intervienen en la fidelización del cliente.  | 5% |
| e) Se han distinguido los momentos o fases que estructuran el proceso de posventa.  | 15% |
| f) Se han utilizado las herramientas de gestión de un servicio posventa.  | 15% |
| g) Se han descrito las fases del procedimiento de relación con los clientes.  | 15% |
| h) Se han descrito los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio.  | 5% |
| i) Se han detectado y solventado los errores producidos en la prestación del servicio.  | 10% |
| j) Se ha aplicado el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas.  | 5% |
| **Recursos** |
| El libro de texto que va a utilizarse el presente curso como guía para el desarrollo del módulo es:*Comunicación 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 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.

# EVALUACIÓN

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

* 1. 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.
	2. 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 y 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:

1. 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.

1. 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.

1. 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 EVALUCIÓN 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.

# 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

# 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.

# 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.

# 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.

# 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 y Atención al Cliente de la Editorial McGraw-Hill.

# 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 haprofundizado en los temas | Se han cubiertodiferentes temas | Ideas correctaspero incompletas | Ideassimplistas |
| **Estructura**¿La presentación estaba estructurada de forma que facilitaba la comprensión? | Las diferentessecciones se han planificado para hacer una presentación global | Se haintentando relacionar las diferentes explicaciones | Secuenciacorrecta pero las secciones aparecen aisladas | Malestructurado y difícil de entender |
| **Organización**¿El equipo ha organizado bien la jornada y la forma de exponer el contenido? | Tono de vozapropiado y lenguaje preciso. Se ha hecho participar alpúblico | Fluida. Elpúblico sigue con interés. | Clara yentendedora en general | Poco clara.Difícil de seguir |
| **Materiales**¿Los materiales usados ayudaban y eran propicios para la presentación? | Muy interesantes yatractivos. Han sido un excelentesoporte | Adecuados, han ayudado aentender conceptos | Adecuados, aunque no loshan sabido aprovechar | Pocos y nada acertados |
| **Equipo**¿Cómo ha trabajado el equipo? ¿Se les ve cohesionados y bien coordinados? | Lapresentación muestra planificación y trabajo de grupo | Todos losmiembros muestran conocer la presentación global | Lapresentación muestra cierta planificación | Demasiadoindividualista |

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 lasdiscusiones 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 lasdiscusiones en clase. | A veces demuestra interés en lasdiscusiones en clase. | Pocas veces muestra interés en lasdiscusiones en clase | No demuestra interés se distrae con facilidad. |
| **Pregunta**¿Realiza preguntas sobre el tema tratado enclase? | 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 materialespara dar las clases. | A veces trae los apuntes y materiales para dar las clases. | Pocas veces trae los apuntes y materialespara dar las clases. | Frecuentemente no trae los materiales necesarios para el trabajo. |
| **Iniciativa**¿Demuestra iniciativa enlas 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. |

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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Tipo de prueba**  | **Sistema de Calificación** | **Criterios de valoración** |
|  |  |  |
| Prueba Escritas u Oral:Consiste en la | * 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.
 | Cada pregunta de desarrollo y de resoluciónde ejercicios prácticos se valora con: |
| realización por parte del alumno de preguntas de desarrollo y/o preguntas con respuesta cerrada de contenidos y ejercicios prácticos propuestos por el profesor. | * **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.
 |
|  | Cada pregunta con respuesta cerrada (test) |
|  | se valora con: |
|  | * **B (bien)** totalidad del valor de la pregunta.
 |
|  | **M (mal)** 0 puntos. |
| Pruebas prácticas:Consiste en el diseño, | * De 0 a 10 puntos.
* Para evaluar los contenidos
 | Las prácticas estarán divididas en parte OBLIGATORIA y parte OPCIONAL* 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
 |
| solución, realización y | se tendrá presente: elementos |
| simulación de ejercicios | utilizados, la solución planteada, |
| propuestos. De cada | simbología, diagramas, etc. |
| uno se realizará una | * Para evaluar los
 |
| memoria según tipo | procedimientos se tendrá |
| propuesto. | 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. |
| Trabajo clase:Consiste en observar al | * 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.
 | Las observaciones se valorarán* 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.
 |
| 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. |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Trabajo con Exposición oral: | * 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… | El trabajo con exposición oral se valorará de la siguiente manera:* Los contenidos se valorarán hasta 5 puntos
* La exposición se valorará hasta 5 puntos teniendo en cuenta:

PresentaciónUso de herramientas ticUso correcto del lenguaje técnico Corrección en la exposición oral |
| Trabajo de investigación: | * 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
 | El trabajo con exposición oral se valorará de la siguiente manera:* Los contenidos se valorarán hasta 6 puntos
* La presentación se valorará hasta 4 puntos
 |