

Programación del módulo

COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE GRADO MEDIO

**Ciclo formativo
GESTIÓN ADMINISTRATIVA
CURSO: 2021-22**

Profesora
Isabel María Gallardo Sánchez

1.- INTRODUCCIÓN	3
2. OBJETIVOS	3
2.1. COMPETENCIA GENERAL DEL TÍTULO.	3
2.2. COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES.	4
2.3. OBJETIVOS GENERALES DEL TÍTULO.	5
2.4 RESULTADOS DE APRENDIZAJE DEL MÓDULO PROFESIONAL.	7
3. CONTENIDOS.	12
3.1. ANALISIS Y SECUENCIACIÓN DE CONTENIDOS.	12
3.2.- UNIDADES DE TRABAJO.	19
4. METODOLOGÍA	27
4.1. ASPECTOS ORGANIZATIVOS: TIEMPOS, ESPACIOS, RECURSOS Y MATERIALES.	27
4.1.1 Tiempos.	27
4.1.2 Espacios.	27
4.1.3 Recursos materiales.	28
5. ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD EN MI PRÁCTICA DOCENTE	29
6. EVALUACIÓN	31
6.1. CRITERIOS DE EVALUACIÓN.	31
6.2. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN.	37
6.3. PROCESO DE MEJORA Y RECUPERACIÓN.	37

1.- INTRODUCCIÓN

La presente programación corresponde al módulo de Comunicación Empresarial y Atención al Cliente, la cual es impartida en el primer curso del Ciclo Formativo de Grado Medio en Gestión Administrativa del centro IES Francisco Rodríguez Marín de Osuna.

Este módulo consta de un total de 160 horas, repartidas en 5 horas a la semana.

Los grupos son numerosos y están formados por alumnos y alumnas procedentes de una gran variedad de municipios.

2. OBJETIVOS

2.1. COMPETENCIA GENERAL DEL TÍTULO.

Los requerimientos generales de cualificación profesional del sistema productivo para este técnico según, **Real Decreto 1631/2009 de 30 de octubre, por el que se establece el Título de Técnico en Gestión Administrativa y se fijan sus enseñanzas mínimas** (BOE 01/12/2009), recogidos también en la **ORDEN de 21 de febrero de 2011 por la que se desarrolla el currículo correspondiente al Título de Técnico en Gestión Administrativa** (BOJA 18/03/2011), por el que se establecen las enseñanzas correspondientes al Título de Formación Profesional de **Técnico en Gestión Administrativa** en Andalucía, perteneciente a la familia profesional de Administración y Gestión, y cuya **competencia profesional** consiste en realizar actividades de apoyo administrativo en el ámbito laboral, contable, comercial, financiero y fiscal, así como de atención al cliente/usuario, tanto en empresas públicas como privadas, aplicando la normativa vigente y protocolos de calidad, asegurando la satisfacción del cliente y actuando según normas de prevención de riesgos laborales y protección ambiental.

Desarrollados dentro de la cualificación profesional actividades administrativas de recepción y relación con el cliente ADG307_2 (RD 107/2008, de 1 de febrero), que comprende las siguientes unidades de competencia:

- UC0975_2: Recepcionar y procesar las comunicaciones internas y externas.
- UC0978_2: Gestionar el archivo en soporte convencional e informático, por lo que, en su diseño, se ha fijado como uno de los módulos profesionales a cursar el de **“Comunicación Empresarial y Atención al Cliente”**, que se imparte en el **primer curso** del Título de Técnico en Gestión Administrativa.

Las nuevas tecnologías, la innovación en los productos, la organización flexible, suponen que el trabajo profesional está sujeto a una transformación continua con nuevos métodos y formas de trabajo, lo cual presenta consecuencias importantes para la cualificación y competencia de dichos trabajadores y para su formación.

El trabajo en el centro educativo tiene como fin último dotar, de las *competencias profesionales, personales y sociales*, a los alumnos en el sentido de “posesión y desarrollo de conocimientos, destrezas y actitudes para realizar con éxito la cualificación profesional

propia del Técnico en Gestión Administrativa en diferentes situaciones de trabajo, de forma autónoma y responsable en su área profesional”.

2.2. COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES.

Con la programación de este módulo vamos a contribuir a desarrollar principalmente las **competencias profesionales, personales y sociales** que aparecen señaladas en **negrita** de entre todas las reguladas por el *artículo 5 del Real Decreto 1631/2009, de 30 de octubre*.

a) Tramitar documentos o comunicaciones internas o externas en los circuitos de información de la empresa.

b) Elaborar documentos y comunicaciones a partir de órdenes recibidas o información obtenida.

c) Clasificar, registrar y archivar comunicaciones y documentos según las técnicas apropiadas y los parámetros establecidos en la empresa.

d) Registrar contablemente la documentación soporte correspondiente a la operativa de la empresa en condiciones de seguridad y calidad.

e) Realizar gestiones administrativas de tesorería, siguiendo las normas y protocolos establecidos por la gerencia con el fin de mantener la liquidez de la organización.

f) Efectuar las gestiones administrativas de las áreas de selección y formación de los recursos humanos de la empresa, ajustándose a la normativa vigente y a la política empresarial, bajo la supervisión del responsable superior del departamento.

g) Prestar apoyo administrativo en el área de gestión laboral de la empresa ajustándose a la normativa vigente y bajo la supervisión del responsable superior del departamento.

h) Realizar las gestiones administrativas de la actividad comercial registrando la documentación soporte correspondiente a determinadas obligaciones fiscales derivadas.

i) Desempeñar las actividades de atención al cliente/usuario en el ámbito administrativo y comercial asegurando los niveles de calidad establecidos y relacionados con la imagen de la empresa /institución

j) Aplicar los protocolos de seguridad laboral y ambiental, higiene y calidad durante todo el proceso productivo, para evitar daños en las personas y en el ambiente.

k) Cumplir con los objetivos de la producción, actuando conforme a los principios de responsabilidad y manteniendo unas relaciones profesionales adecuadas con los miembros del equipo de trabajo.

l) Resolver problemas y tomar decisiones individuales siguiendo las normas y procedimientos establecidos, definidos dentro del ámbito de su competencia.

m) Mantener el espíritu de innovación, de mejora de los procesos de producción y de actualización de conocimientos en el ámbito de su trabajo.

- n) Ejercer sus derechos y cumplir con las obligaciones derivadas de las relaciones laborales, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente.
- ñ) Detectar y analizar oportunidades de empleo y autoempleo desarrollando una cultura emprendedora y adaptándose a diferentes puestos de trabajo y nuevas situaciones.
- o) Participar de forma activa en la vida económica, social y cultural, con una actitud crítica y responsable.
- p) Participar en las actividades de la empresa con respeto y actitudes de tolerancia.**
- r) Adaptarse a diferentes puestos de trabajo y nuevas situaciones laborales, originados por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos.
- s) Participar en el trabajo en equipo respetando la jerarquía definida en la organización.

2.3. OBJETIVOS GENERALES DEL TÍTULO.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los **objetivos generales** de este ciclo formativo que se relacionan a continuación, enunciados en el *artículo 3 de la Orden de 21 de febrero de 2011*, contribuyendo a alcanzar este módulo más directamente los señalados en **negrita**.

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

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

r) Valorar la diversidad de opiniones como fuente de enriquecimiento, reconociendo otras prácticas, ideas o creencias, para resolver problemas y tomar decisiones.

s) Reconocer e identificar posibilidades de mejora profesional, recabando información y adquiriendo conocimientos para la innovación y actualización en el ámbito de su trabajo.

t) Reconocer sus derechos y deberes como agente activo en la sociedad, analizando el marco legal que regula las condiciones sociales y laborales para participar como ciudadano democrático.

u) Reconocer e identificar las posibilidades de negocio, analizando el mercado y estudiando la viabilidad empresarial para la generación de su propio empleo.

2.4 RESULTADOS DE APRENDIZAJE DEL MÓDULO PROFESIONAL.

Los **Resultados de Aprendizaje** del módulo profesional de **Comunicación Empresarial y Atención al Cliente** son:

RESULTADOS DE APRENDIZAJE DEL MÓDULO COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE		PESO
1. Selecciona técnicas de comunicación, relacionándolas con la estructura e imagen de la empresa y los flujos de información existentes en ella.		10%
2. Transmite información de forma oral, vinculándola a los usos y costumbres socio-profesionales habituales en la empresa.		20%
3. Transmite información escrita, aplicando las técnicas de estilo a diferentes tipos de documentos propios de la empresa y de la Administración Pública.		25%
4. Archiva información en soporte papel e informático, reconociendo los criterios de eficiencia y ahorro en los trámites administrativos.		15%
5. Reconoce necesidades de posibles clientes aplicando técnicas de comunicación.		5%
6. Atiende consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes aplicando la normativa vigente en materia de consumo.		10%
7. Potencia la imagen de empresa reconociendo y aplicando los elementos y herramientas del marketing.		10%
8. Aplica procedimientos de calidad en la atención al cliente identificando los estándares establecidos.		5%

A partir de los Resultados de Aprendizaje establecidos en la orden que regula el título de Técnico en Gestión Administrativa, vamos a analizar la relación existente entre las competencias Profesionales, Personales y Sociales con los Resultados de Aprendizaje del módulo asociado. Así mismo, hemos analizado la relación existente entre los Objetivos

Generales del título y los Resultados de Aprendizaje del módulo profesional, relacionándolo todo con las unidades de trabajo propuestas.

En la tabla que expongo a continuación relacionamos, además de las competencias Profesionales, Personales y Sociales y los Objetivos Generales, las Unidades Didácticas implicadas en la consecución de los Resultados de Aprendizaje.

I.E.S. FRANCISCO RODRÍGUEZ MARÍN
DEPARTAMENTO ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

MÓDULO PROFESIONAL:		COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE	
COMP. PROF.	OBJ. GENERALES	RESULTADOS APRENDIZAJE	UNIDADES DE TRABAJO (UT)
i)p)	a),b)	R.A. 1. Selecciona técnicas de comunicación, relacionándolas con la estructura e imagen de la empresa y los flujos de información existentes en ella.	UT 1: Empresa y comunicación.
a)	a),b),ñ)	R.A. 2. Transmite información de forma oral vinculándola a los usos y costumbres socio-profesionales habituales en la empresa	UT 2: La comunicación presencial. UT 3: Comunicación telefónica.
a),b)	a),b)	R.A. 3. Transmite información escrita, aplicando las técnicas de estilo a diferentes tipos de documentos propios de la empresa y de la Administración Pública	UT 4: Comunicaciones escritas. UT 5: El tratamiento de la correspondencia y paquetería.
c)	f)	R.A. 4. Archiva información en soporte papel e informático, reconociendo los criterios de eficiencia y ahorro en los trámites administrativos.	UT 6: Archivos y clasificación de documentos.

I.E.S. FRANCISCO RODRÍGUEZ MARÍN
DEPARTAMENTO ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

i)	a),b),e)	R.A. 5. Reconoce necesidades de posibles clientes aplicando técnicas de comunicación.	UT 7: Detección y satisfacción de las necesidades del cliente.
l)	e)ñ)	R.A. 6 Atiende consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes aplicando la normativa vigente en materia de consumo.	UT 8: Atención de quejas y reclamaciones.
i)	ñ)	R.A. 7. Potencia la imagen de empresa reconociendo y aplicando los elementos y herramientas del marketing	U T 9: Potenciación de la imagen empresarial.
i)	e)ñ)	R.A. 8. Aplica procedimientos de calidad en la atención al cliente identificando los estándares establecidos.	UT 7: Detección y satisfacción de las necesidades del cliente. UT 8: Atención de quejas y reclamaciones

COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES RELACIONADAS

- a) Tramitar documentos o comunicaciones internas o externas en los circuitos de información de la empresa.
- b) Elaborar documentos y comunicaciones a partir de órdenes recibidas o información obtenida.
- c) Clasificar, registrar y archivar comunicaciones y documentos según las técnicas apropiadas y los parámetros establecidos en la empresa.
- i) Desempeñar las actividades de atención al cliente/usuario en el ámbito administrativo y comercial asegurando los niveles de calidad establecidos y relacionados con la imagen de la empresa /institución
- l) Resolver problemas y tomar decisiones individuales siguiendo las normas y procedimientos establecidos, definidos dentro del ámbito de su competencia.
- p) Participar en las actividades de la empresa con respeto y actitudes de tolerancia.

OBJETIVOS GENERALES RELACIONADOS

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

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

3. CONTENIDOS.

El artículo 10 del Real Decreto 1147/2011, apartado 3 sobre la estructura de los módulos profesionales, establece en el apartado d) que:

Contenidos básicos del currículo, ***que quedarán descritos de forma integrada en términos de procedimientos, conceptos y actitudes. Se agruparán en bloques relacionados directamente con los Resultados de Aprendizaje.***

3.1. ANALISIS Y SECUENCIACIÓN DE CONTENIDOS.

Así mismo, convendría reflejar no sólo los contenidos y las capacidades, sino el tipo de contenidos de que se trata.

Del análisis de los Resultados de Aprendizaje se deduce que el aprendizaje debe basarse en el **saber hacer**, de forma que el enunciado del resultado de aprendizaje se define con los siguientes verbos: identificar, reconocer, clasificar, realizar operaciones.

Los contenidos, al igual que toda la programación deben basarse en la adopción de habilidades y destrezas por parte del alumno, así como en la adquisición de conocimientos y actitudes, concluimos diciendo que en este módulo profesional predomina el contenido procedimental, sin que ello relegue los contenidos conceptuales y actitudinales que deben aprender.

Los **contenidos** del módulo, en base a lo recogido en la **ORDEN de 21 de febrero de 2011 por la que se desarrolla el currículo correspondiente al Título de Técnico en Gestión Administrativa** son los siguientes:

1. Selección de técnicas de comunicación empresarial:

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

2. Transmisión de comunicación oral en la empresa:

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

3. Transmisión de comunicación escrita en la empresa:

- La comunicación escrita en la empresa.
- Normas de comunicación y expresión escrita.
- Normas ortográficas, sintácticas y de léxico en la correspondencia comercial.
- Características principales de la correspondencia comercial.
- La carta comercial. Estructura.
- Estilos de la carta comercial.
- Clases de cartas comerciales.
- Formatos tipo de documentos de uso en la empresa y en las Administraciones Públicas.
- Medios y equipos ofimáticos y telemáticos.
- El correo electrónico. Estructura y redacción. La recepción de la correspondencia.
- Servicios de correos, circulación interna de correspondencia y paquetería.
- Envío de correspondencia.
- Procedimientos de registro de entrada y salida de correspondencia y paquetería.
- Aplicación de procedimientos de seguridad y confidencialidad de la información.
- Aplicación de las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).

4. Archivo de la información en soporte papel e informático:

- Archivo de la información en soporte papel.
- Clasificación y ordenación de documentos. Clasificación de la información. Criterios de clasificación. Sistemas de clasificación.
- Normas de clasificación. Ventajas e inconvenientes.
- Técnicas de archivo. Naturaleza. Finalidad del archivo.
- Archivo de documentos. Captación, elaboración de datos y su custodia. Normas para el archivo.
- El libro de registro
- Sistemas de archivo. Convencionales. Por microfilme.
- Informáticos.

- Centralización o descentralización del archivo.
- El proceso de archivo.
- Confección y presentación de informes procedentes del archivo.
- La purga o destrucción de la documentación.
- Confidencialidad de la información y documentación.
- Archivo de la información en soporte informático:
- Las bases de datos para el tratamiento de la información.
- Estructura y funciones de una base de datos.
- Procedimientos de protección de datos.
- Archivos y carpetas. Identificación y organización.
- Organización en carpetas del correo electrónico y otros sistemas de comunicación telemática.

5. Reconocimiento de necesidades de clientes:

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

6. Atención de consultas, quejas y reclamaciones:

- El departamento de atención al cliente. Funciones.
- Valoración del cliente de la atención recibida, reclamación, queja, sugerencias, felicitación.
- Elementos de una queja o reclamación.
- Las fases de la resolución de quejas/reclamaciones.
- Gestión reactiva de las reclamaciones
- Circuito de las reclamaciones.
- Organización del departamento.
- Gestión reactiva de las reclamaciones
- La anticipación a los errores.
- El seguimiento de los clientes perdidos.
- El consumidor.
- Derechos básicos.
- Derechos específicos.
- Instituciones de consumo.
- Instituciones públicas.

- Organismos privados.
- Arbitraje.
- Normativa en materia de consumo
- Procedimiento de recogida de las reclamaciones y denuncias.
- Recepción, registro y acuse de recibo.
- Tramitación y gestión.
- Tipos de demandas
- La hoja de reclamaciones.

7. Potenciación de la imagen de la empresa:

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

8. Aplicación de procedimientos de calidad en la atención al cliente:

- La calidad de servicio como elemento de la competitividad de la empresa.
- Concepto, factores que influyen.
- Actuación eficaz en el trato con el cliente.
- Servicio postventa.
- Tratamiento de anomalías producidas en la prestación del servicio.
- Procedimientos de control del servicio.
- La calidad del servicio.
- Los estándares de calidad del servicio.
- La anticipación a los problemas.
- Evaluación y control del servicio.
- Control del servicio postventa.
- Procedimientos.
- Análisis de la información.
- La gestión de las relaciones con los clientes (CRM).
- La fidelización del cliente. El plan de marketing relacional.

Estos contenidos se distribuyen en 8 bloques temáticos que serían:

□ **BLOQUE TEMÁTICO I: Empresa y comunicación. RA1**

- **BLOQUE TEMÁTICO II: Comunicación oral. RA2**
 - **BLOQUE TEMÁTICO III: Comunicación escrita. RA3**
 - **BLOQUE TEMÁTICO IV: Archivo de la información. RA4**
 - **BLOQUE TEMÁTICO V: Necesidades de los clientes. RA5**
 - **BLOQUE TEMÁTICO VI: Atención de quejas y reclamaciones. RA6**
 - **BLOQUE TEMÁTICO VII: Imagen de la empresa. RA7**
 - **BLOQUE TEMÁTICO VIII: Procedimientos de calidad. RA8**
-

El **Bloque I** tiene carácter introductorio, y su objetivo es dar a conocer los conceptos básicos del proceso de comunicación. Sin el conocimiento de los mismos, sería inútil poner en práctica los aspectos que se trabajarán en los siguientes bloques. **(UT 1)**

El **Bloque II** nos introduce en la comunicación oral como medio para desarrollar las operaciones administrativas y su relación con clientes, empleados y proveedores. **(UT 2-3)**

En el **Bloque III** se introduce en la comunicación escrita, como una herramienta fundamental a la hora de desarrollar operaciones administrativas en la empresa, relaciones con otras empresas y con la Administración Pública. **(UT 4-5)**

El **Bloque IV** estudia los distintos tipos de archivo, así como los distintos tipos de clasificación. **(UT 6)**

El **Bloque V** trata las motivaciones e intereses de los clientes con el fin de aplicar herramientas para su satisfacción. **(UT 7)**

El **Bloque VI** se centra en el proceso de resolución de reclamaciones. **(UT 8)**

El **Bloque VII** trata las diferentes técnicas comerciales utilizadas para potenciar la imagen empresarial. **(UT 9)**

El **Bloque VIII** estudia los diferentes procedimientos de calidad de cara a mejorar la atención al cliente. **(UT 7-8)**

De esta manera, este módulo, como cualquier otro módulo de ciclo formativo, se presentará relacionado con una secuencia de **unidades didácticas**. Tal secuencia deberá realizarse respetando algunos principios didácticos, de manera que se progrese desde lo particular hacia lo general; desde lo más simple a lo más complejo o utilizando otros criterios aconsejados por la propia dinámica de los procesos tecnológicos.

Una vez ordenadas las unidades didácticas habrá que asignarles una duración teniendo en cuenta la duración total del módulo y el peso o grado de dificultad de cada unidad.

Los contenidos que se presentan a continuación están interrelacionados entre sí, de forma que al inicio de cada unidad de trabajo correspondiente se hará referencia a las unidades previas, dado que la adecuada comprensión de una determinada unidad precisará el entendimiento de las anteriores.

BLOQUE	Nº U.T.	TÍTULO	SESIONES	EVALUACIÓN	
I	1	Empresa y comunicación.	15	PRIMER PARCIAL	
II	2	La comunicación presencial.	20		
	3	Comunicación telefónica	15		
III	4	Comunicaciones escritas	25	SEGUNDO PARCIAL	
	5	El tratamiento de la correspondencia y paquetería.	15		
IV	6	Archivo y clasificación de documentos.	20		
V-VIII	7	Detección de necesidades del cliente y su satisfacción.	15		
VI-VIII	8	Atención de quejas y reclamaciones	20	TERCER PARCIAL	
VII	9	Potenciación de la imagen empresarial.	15		
TOTAL SESIONES			160		

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES POR BLOQUES, SESIONES Y EVALUACIÓN.

3.2.- UNIDADES DE TRABAJO.

CONTENIDOS		EVALUACIÓN	
Unidad didáctica	Contenidos	Resultado de aprendizaje	Criterios evaluación
Unidad 1. Empresa y comunicación.	1. Empresa y comunicación 1.1. La empresa y su organización. 1.2. La información en la empresa. 1.3. El proceso de comunicación. 1.4. La comunicación en la empresa. 1.5. Departamentos y áreas funcionales tipo. 1.6. La comunicación interna en la empresa, comunicación formal e informal.	RA 1. Seleccionar las técnicas de comunicación adecuadas, relacionándolas con la estructura e imagen de la empresa y los flujos de información existentes en ella.	a) Se ha reconocido la necesidad de comunicación entre las personas. b) Se ha distinguido entre comunicación e información. c) Se han distinguido los elementos y procesos que intervienen en la comunicación. d) Se han reconocido los obstáculos que pueden existir en un proceso de comunicación. e) Se ha determinado la mejor forma y actitud a la hora de presentar el mensaje. f) Se han identificado los conceptos de imagen y cultura de la empresa. g) Se han diferenciado los tipos de organizaciones y su organigrama funcional. h) Se han distinguido las comunicaciones internas y externas y los flujos de información dentro de la empresa. i) Se ha seleccionado el destinatario y el canal adecuado para cada situación.
CONTENIDOS		EVALUACIÓN	
Unidad didáctica	Contenidos	Resultado de aprendizaje	Criterios evaluación
Unidad 2. La comunicación oral	2. La comunicación presencial. 2.1. La comunicación presencial. 2.2. Las técnicas de comunicación presencial. 2.3. La comunicación no verbal. 2.4. Las costumbres socioculturales y los usos empresariales.	RA 2. Transmitir información de forma oral, vinculándola a los	a) Se han identificado los principios básicos de la comunicación verbal. b) Se ha identificado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales.

	2.5. Los criterios de calidad en la comunicación presencial. 3. La comunicación telefónica. 3.1. El proceso de comunicación telefónica. 3.2. Los equipos y medios más habituales en las comunicaciones telefónicas 3.3. Los protocolos de tratamiento. 3.4. Los usos habituales del teléfono en la empresa. 3.5. Los modelos básicos de comunicación telefónica. 3.6. La seguridad, registro y confidencialidad de las llamadas telefónicas.	usos y costumbres socio-profesionales habituales en la empresa.	c) Se han tenido en cuenta las costumbres socioculturales y los usos empresariales. d) Se ha identificado al interlocutor, observando las debidas normas de protocolo y adaptando la actitud y conversación a la situación de la que se parte. e) Se ha elaborado el mensaje verbal, de manera concreta y precisa, valorando las posibles dificultades en su transmisión. f) Se ha utilizado el léxico y las expresiones adecuadas al tipo de comunicación y a los interlocutores. g) Se ha presentado el mensaje verbal elaborado utilizando el lenguaje no verbal más adecuado. h) Se ha utilizado equipos de telefonía aplicando las normas básicas de uso. i) Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y sensibilidad. j) Se han analizado los errores cometidos y propuesto las acciones correctivas necesarias.
--	---	---	--

CONTENIDOS		EVALUACIÓN	
Unidad didáctica	Contenidos	Resultado de aprendizaje	Criterios evaluación
Unidad 3. Comunicación escrita.	4. La comunicación escrita. 4.1. Elementos de la comunicación escrita. 4.2. Redacción de escritos. 4.3. Documentos propios de la empresa y de la Administración Pública.	▪ RA 3. Transmitir información escrita, aplicando las técnicas de estilo a diferentes tipos de	a) Se han identificado los soportes para elaborar y transmitir los documentos: tipo de papel, sobres y otros. b) Se han identificado los canales de transmisión: correo convencional, correo electrónico, fax, mensajes cortos o similares.

	4.4. Soportes para elaborar y transmitir documentos. 4.5. Canales de transmisión de documentos. 4.6. Aplicaciones informáticas de procesamiento de texto. 4.7. Herramientas de búsqueda de información. 5. Tratamiento de la correspondencia y la paquetería. 5.1. La circulación de la correspondencia en entidades privadas y públicas. 5.2. Los servicios de correspondencia y paquetería. 5.3. Las normas de seguridad y confidencialidad de la correspondencia. 5.4. Los medios telemáticos: funciones y procedimientos.	documentos propios de la empresa y de la Administración Pública.	c) Se han diferenciado los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad, y confidencialidad. d) Se ha identificado al destinatario observando las debidas normas de protocolo. e) Se han clasificado las tipologías más habituales de documentos dentro de la empresa según su finalidad. f) Se ha redactado el documento apropiado, cumpliendo las normas ortográficas y sintácticas en función de su finalidad y de la situación de partida. g) Se han identificado las herramientas de búsqueda de información para elaborar la documentación. h) Se han utilizado las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos o autoedición. i) Se han aplicado, en la elaboración de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar). j) Se han cumplimentado los libros de registro de entrada y salida de correspondencia y paquetería en soporte informático y/o convencional. k) Se ha utilizado la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos establecidos para las empresas e instituciones públicas y privadas.
--	---	--	--

CONTENIDOS	EVALUACIÓN
------------	------------

Unidad didáctica	Contenidos	Resultado de aprendizaje	Criterios evaluación
Unidad 4. Archivo y clasificación de documentos.	6. Archivo y clasificación de documentos. 6.1. El archivo: Concepto y finalidad. 6.2. Tipos de archivos empresariales. 6.3. Sistemas de clasificación de documentos. 6.4. Archivo de documentos en formato papel. 6.5. Archivo informático de datos. 6.6. Protección de la información: la LOPD. 6.7. Soportes y materiales de archivo.	R.A. 4. Archiva información en soporte papel e informático, reconociendo los criterios de eficiencia y ahorro en los trámites administrativos.	a) Se ha descrito la finalidad de organizar la información y los objetivos que se persiguen. b) Se han diferenciado las técnicas de organización de información que se pueden aplicar en una empresa o institución, así como los procedimientos habituales de registro, clasificación y distribución de la información en las organizaciones. c) Se han identificado los soportes de archivo y registro y las prestaciones de las aplicaciones informáticas específicas más utilizadas en función de las características de la información a almacenar. d) Se han identificado las principales bases de datos de las organizaciones, su estructura y funciones e) Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiados al tipo de documentos. f) Se han realizado árboles de archivos informáticos para ordenar la documentación digital. g) Se han aplicado las técnicas de archivo en los intercambios de información telemática (intranet, extranet, correo). h) Se han reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación y detectado los errores que pudieran producirse en él. i) Se han respetado los niveles de protección, seguridad y acceso a la información, así como la normativa vigente tanto en documentos físicos como en bases de datos informáticas.

			j) Se han aplicado, en la elaboración y archivo de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).
CONTENIDOS		EVALUACIÓN	
Unidad didáctica	Contenidos	Resultado de aprendizaje	Criterios evaluación
Unidad 5. Detección y satisfacción de las necesidades de los clientes.	7. Detección y satisfacción de las necesidades de los clientes. 7.1. El cliente y su importancia para la empresa. 7.2. Las motivaciones del cliente y el proceso de compra. 7.3. Elementos de la atención al cliente. 7.4. Comunicación y asesoramiento en la atención al cliente. 7.5. El departamento de atención al cliente.	R.A. 5. Reconoce necesidades de posibles clientes aplicando técnicas de comunicación.	a) Se han desarrollado técnicas de comunicación y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente en situaciones de atención/asesoramiento al mismo. b) Se han identificado las fases que componen el proceso de atención al cliente/consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación. c) Se han reconocido los errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente. d) Se ha identificado el comportamiento del cliente. e) Se han analizado las motivaciones de compra o demanda de un servicio del cliente. f) Se ha obtenido, en su caso, la información histórica del cliente. g) Se ha adaptado adecuadamente la actitud y discurso a la situación de la que se parte. h) Se ha observado la forma y actitud adecuadas en la atención y asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado. i) Se han distinguido las distintas etapas de un proceso comunicativo.

CONTENIDOS	EVALUACIÓN
------------	------------

Unidad didáctica	Contenidos	Resultado de aprendizaje	Criterios evaluación
Unidad 6. Atención quejas y reclamaciones.	8. Atención quejas y reclamaciones. 8.1. Valoración de la atención recibida. 8.2. Elementos de la reclamación. 8.3. Gestión de reclamaciones. 8.4. El consumidor y su protección. 8.5. Instituciones y organismos de consumo. 8.6. Proceso de resolución de una reclamación ante la Administración.	R.A. 6 Atiende consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes aplicando la normativa vigente en materia de consumo.	a) Se han descrito las funciones del departamento de atención al cliente en empresas. b) Se ha interpretado la comunicación recibida por parte del cliente. c) Se han identificado los elementos de la queja/reclamación. d) Se han reconocido las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/reclamaciones. e) Se ha identificado y localizado la información que hay que suministrar al cliente. f) Se han utilizado los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones. g) Se ha cumplimentado, en su caso, un escrito de respuesta utilizando medios electrónicos u otros canales de comunicación. h) Se ha reconocido la importancia de la protección del consumidor. i) Se ha identificado la normativa en materia de consumo. j) Se han diferenciado los tipos de demanda o reclamación.
CONTENIDOS		EVALUACIÓN	
Unidad didáctica	Contenidos	Resultado de aprendizaje	Criterios evaluación
Unidad 7. Potenciación de la imagen empresarial.	9. Potenciación de la imagen empresarial. 9.1. La función comercial de la empresa. 9.2. Marketing: concepto y niveles de desarrollo. 9.3. Implantación del plan de marketing.	R.A. 7. Potencia la imagen de empresa reconociendo y	a) Se ha identificado el concepto de marketing. b) Se han reconocido las funciones y objetivos principales del marketing.

	9.4. Productos y sus estrategias. 9.5. El precio y sus estrategias 9.6. Imagen y cultura de empresa: RSC 9.7. Estrategias de comunicación con el cliente. 9.8. El acercamiento físico al cliente: la distribución.	aplicando los elementos y herramientas del marketing	c) Se ha valorado la importancia del departamento de marketing. d) Se ha diferenciado los elementos y herramientas básicas del marketing mix. e) Se ha valorado la imagen corporativa como medio de conseguir los objetivos empresariales. f) Se ha valorado la importancia de las Relaciones Públicas y de la atención al cliente. g) Se ha identificado la fidelización del cliente como un objetivo prioritario del marketing.
--	--	---	---

CONTENIDOS		EVALUACIÓN	
Unidad didáctica	Contenidos	Resultado de aprendizaje	Criterios evaluación
Unidad 8. Procedimientos de calidad.	7.6. Satisfacción y calidad. 7.7. Evaluación del servicio y fidelización del cliente. 7.8. Servicio post-venta. Control y procedimientos.	R.A.8. Aplica procedimientos de calidad en la atención al cliente identificando los estándares establecidos.	a) Se han identificado los factores que influyen en la prestación del servicio al cliente. b) Se han descrito las fases del procedimiento de relación con los clientes. c) Se han descrito los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio. d) Se ha valorado la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos.

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

4. METODOLOGÍA

4.1. ASPECTOS ORGANIZATIVOS: TIEMPOS, ESPACIOS, RECURSOS Y MATERIALES.

4.1.1 Tiempos.

La hora clase necesita de tiempos: antes, durante y después, porque necesita de planificación educativa previa para lograr un ambiente educativo adecuado en el aula, de acuerdo a los contenidos, conocimientos y competencias que se buscan formar en los estudiantes, de acuerdo a las exigencias de la sociedad y del desarrollo.

Durante la **hora clase**, la profesora desarrolla las capacidades del alumnado en cuanto a conocimientos científicos, pedagógicos, didácticos, metodológicos y en cuanto a sus relaciones sociales con el fin lograr aprendizajes y conocimientos.

El alumnado, en la etapa **post clase**, afianza sus conocimientos por medio del repaso, el estudio y la discusión grupal; ello requiere de apuntes en el cuaderno, textos guías de estudio y de otras fuentes de conocimiento recomendadas por la profesora.

Los estudiantes, para alcanzar altos niveles de conocimiento y una formación competente, tienen que esforzarse en: asistir regularmente a clase, atender permanente durante la clase, tomar apuntes, revisión y estudio inmediato de la clase.

4.1.2 Espacios.

En el Anexo II del *Real Decreto 1631/2009, de 30 de octubre, por el que se establece el Título de Técnico en Gestión Administrativa y se fijan sus enseñanzas mínimas, define los espacios y equipamientos necesarios.*

Los espacios y equipamientos mínimos necesarios para el desarrollo de las enseñanzas de este ciclo formativo son los establecidos en el Anexo IV de la Orden de 21 de febrero de 2011, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico en Gestión Administrativa.

ESPACIO FORMATIVO
Taller Administrativo
Aula Polivalente
Clases online

Las instalaciones y los recursos con los que cuenta el centro no son los adecuados, pues se trata de un centro con tres talleres administrativos para los cinco grupos de los dos ciclos formativos que se imparten. En consecuencia, esto dificulta el adecuado desarrollo de los módulos profesionales al no contar con la tenencia de equipos informáticos disponibles por cada alumno/a, cañones proyectores y la posibilidad de uso de Internet. La enseñanza no puede ser impartida con normalidad.

Contamos con Salón de actos para dar conferencias y que los alumnos puedan realizar exposiciones con los mayores medios posibles.

También puedo destacar el uso de la BIBLIOTECA del centro para la realización de actividades que potencien la lectura como está previsto en el proyecto lector del centro.

4.1.3 Recursos materiales.

Dentro de la amplia gama de los recursos didácticos destacan tres grandes grupos.

- a) Recursos impresos.
- b) Recursos audiovisuales.
- c) Recursos informáticos.

a) Los **recursos impresos**: hacen referencia a una gran diversidad de recursos didácticos que provienen de la imprenta. Propongo los siguientes:

- ☐ La biblioteca del aula, del centro y de la propia localidad.
- ☐ Prensa especializada en la materia.
- ☐ Apuntes de la profesora.
- ☐ Libros de consulta

▪

b) **Recursos audiovisuales**: se pueden definir como aquellos que se sirven de diversas técnicas de captación y difusión de la imagen y el sonido, aplicadas a la enseñanza y al aprendizaje de los alumnos/as.

Entre los tipos de material audiovisual que se pueden utilizar en el proceso de enseñanza -aprendizaje, propongo los siguientes:

- ☐ Vídeo y televisión. Demostraciones técnicas.

Películas

- The Draft Day (Decisión final)
- The Human Resources Manager

c) **Recursos informáticos**: Es de actualidad el formidable avance de lo que denominamos "nuevas tecnologías" y en concreto de la informática. En todos los ámbitos de la sociedad (empresas, laboratorios, comercios, administración) se ha introducido de forma vertiginosa el uso de la informática. Facilita la personalización del aprendizaje y el autoaprendizaje, al permitir el establecimiento de un diálogo o interacción directa entre el alumno y el ordenador. Cumple el objetivo de una enseñanza adaptada a las características personales de cada alumno. Permite su utilización en las clases como soporte en sustitución de las transparencias, diapositivas o para la presentación de aplicaciones informáticas.

El sistema educativo no ha permanecido ajeno a este fenómeno y podemos afirmar que disponemos, aunque limitadamente, debido a la falta de talleres administrativos, de recursos que, dentro de nuestras posibilidades utilizaremos, como son:

- ☐ Ordenadores
- ☐ Aulas de informática.
- ☐ Empleo de Internet y de programas específicos adecuados a los contenidos de los distintos modelos.
- ☐ Cd's y pendrive para uso de los alumnos/as.

Todos estos recursos los emplearé tratando de dinamizar el espacio y los tiempos de forma que favorezcan el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Son muy interesantes las aplicaciones tipo cmaptools, canvas, genially ... para la realización de mapas conceptuales y presentaciones.

Simuladores:

<http://recursostic.educacion.es/fprofesional/simuladores/web/>

5. ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD EN MI PRÁCTICA DOCENTE

En cuanto a las actuaciones que llevaremos a cabo con los distintos tipos de ***alumnado con Necesidades Específicas de Apoyo Educativo***:

a) Alumnado con Capacidad intelectual límite. En el aula nos encontramos con 4 alumno/as.

- o Fomento de su autonomía personal.
- o En los aprendizajes más abstractos, se le ofrecerán aclaraciones, ejemplos, imágenes, etc. que le faciliten la comprensión.
- o Le ayudaremos a comprender y le haremos participar en clase. Se le animará a hablar, responder, comentar...
- o Indicarle qué es lo que debe saber en cada bloque de contenido. Señalar lo importante.
- o Asesorarle en la organización de su trabajo y la planificación de su estudio.
- o Reforzar su autoestima.
- o Elogiar sus logros.

b) Alumnado con dislexia. Tenemos un alumno en el grupo.

- ☐ Utilizar la técnica de "sobre-aprendizaje" o la repetición intensiva para reforzar la nueva información que recibe el alumnado.
- ☐ Minimizar los deberes, sobre todo de lectura y escritura, por el sobreesfuerzo que representa para el alumnado.

- ☐ Evitarles leer delante del grupo y valorarlos por sus esfuerzos, puesto que no es posible la comparación con los demás.
- ☐ Favorecer la utilización de ordenadores para escribir textos y utilizar procesadores, correctores ortográficos y otras tecnologías disponibles.
- ☐ Durante los exámenes brindarle al alumno disléxico tiempo suplementario y períodos de descanso, permitiendo el uso de ordenadores portátiles o pizarras digitales si los hubiere.

c) Alumnado con trastorno del espectro autista Síndrome de Asperger.

o A la hora de realizar una actividad estructurar y secuenciar los pasos necesarios para solventar las dificultades de planificación que presenta el alumno con SA.

o Distinguir lo significativo de lo accesorio y enseñar a hacer esquemas.

o No utilizar la ironía, el humor o dobles sentidos en las explicaciones en clase o, si se utilizan, asegurarse que el alumno con SA lo está entendiendo.

o Usar la agenda escolar para controlar que las tareas, exámenes o trabajos estén señalados en su agenda escolar, o busque un alumno cooperador. Comprobar que le llega la información importante y lo anota en su agenda.

o Si se hacen trabajos de grupo, se preasignar a los alumnos para impedir que nuestro alumno se quede fuera de ellos y explicitar, además, las normas del reparto de tareas en el trabajo grupal.

o El alumno con SA presenta dificultades en el manejo de la atención dividida, así como para inhibir los estímulos que no son relevantes. Estos problemas repercuten a la hora de tomar apuntes, si necesita atender a la explicación y tomar apuntes a la vez, por lo que necesita acceder a los textos o seleccionar algún compañero que se los deje.

o Durante el examen:

- ☐ Asegurarnos que entiende las preguntas.
- ☐ Comprobar por qué hay preguntas sin responder.
- ☐ Más tiempo (acorde a sus dificultades en planificación y grafomotoras).
- ☐ Realizar las pruebas de evaluación a través de preguntas cortas que exijan respuestas concretas o preguntas cerradas (verdadero/falso, elegir una opción...), utilizar dibujos, unir con flechas.
- ☐ Evitar las preguntas de desarrollo, porque no se evalúan los conocimientos sino la capacidad de planificar el tiempo y la respuesta.

d) Alumnado con necesidades educativas especiales asociadas a condiciones sociales desfavorecidas. Tenemos tres alumnos con necesidad informática derivada de falta de recursos económicos de su familia, y se le está gestionando la entrega en condición de préstamo un ordenador portátil del centro.

c) Alumnado Extranjero.

Tenemos dos alumnas que, aunque conocen el castellano, no con la profundidad necesaria para el buen desarrollo y aprendizaje de las materias, por lo que:

Se actuará sobre dos aspectos inicialmente:

- La socialización e integración del alumnado en el grupo
- El conocimiento y desarrollo del lenguaje.

6. EVALUACIÓN

6.1. CRITERIOS DE EVALUACIÓN.

Atendiendo a la Orden de 21 de febrero de 2011, a cada **Resultado de Aprendizaje** se han establecido los siguientes **Criterios de Evaluación**:

RA1. Selecciona las técnicas de comunicación adecuadas, relacionándolas con la estructura e imagen de la empresa y los flujos de información existentes en ella. (10%)

- a) Se ha reconocido la necesidad de comunicación entre las personas. (1%)
- b) Se ha distinguido entre comunicación e información. (1%)
- c) Se han distinguido los elementos y procesos que intervienen en la comunicación. (2%)
- d) Se han reconocido los obstáculos que pueden existir en un proceso de comunicación. (1%)
- e) Se ha determinado la mejor forma y actitud a la hora de presentar el mensaje. (1%)
- f) Se han identificado los conceptos de imagen y cultura de la empresa. (1%)
- g) Se han diferenciado los tipos de organizaciones y su organigrama funcional. (1%)
- h) Se han distinguido las comunicaciones internas y externas y los flujos de información dentro de la empresa. (1%)
- i) Se ha seleccionado el destinatario y el canal adecuado. (1%)

RA2. Transmite información de forma oral, vinculándola a los usos y costumbres socio-profesionales habituales en la empresa. (20%)

- a) Se han identificado los principios básicos de la comunicación verbal. (2%)
- b) Se ha identificado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales. (2%)
- c) Se ha elaborado el mensaje verbal, de manera concreta y precisa, valorando las posibles dificultades en su transmisión. (2%)
- d) Se ha utilizado el léxico y las expresiones adecuadas al tipo de comunicación y a los interlocutores. (2%)
- e) Se ha identificado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales. (2%)
- f) Se ha presentado el mensaje verbal elaborado utilizando el lenguaje no verbal más adecuado. (2%)
- g) Se han tenido en cuenta las costumbres socioculturales y los usos empresariales. (2%)
- h) Se ha identificado al interlocutor, observando las debidas normas de protocolo y adaptando la actitud y conversación a la situación de la que se parte. (2%)
- i) Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y sensibilidad. (2%)
- j) Se han analizado los errores cometidos y propuesto las acciones correctivas necesarias. (2%)

RA3. Transmite información escrita, aplicando las técnicas de estilo a diferentes tipos de documentos propios de la empresa y de la Administración Pública. (25%)

- a) Se han identificado los soportes para elaborar y transmitir los documentos: tipo de papel, sobres y otros. (2%)
- b) Se han identificado los canales de transmisión: correo convencional, correo electrónico, fax, mensajes cortos o similares. (2%)
- c) Se han diferenciado los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad, y confidencialidad. (2%)
- d) Se ha identificado al destinatario observando las debidas normas de protocolo. (2%)
- e) Se han clasificado las tipologías más habituales de documentos dentro de la empresa según su finalidad. (3%)
- f) Se ha redactado el documento apropiado, cumpliendo las normas ortográficas y sintácticas en función de su finalidad y de la situación de partida. (3%)
- g) Se han identificado las herramientas de búsqueda de información para elaborar la documentación. (2%)
- h) Se han utilizado las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos o autoedición. (3%)
- i) Se han cumplimentado los libros de registro de entrada y salida de correspondencia y paquetería en soporte informático y/o convencional. (2%)
- j) Se ha utilizado la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos establecidos para las empresas e instituciones públicas y privadas. (2%)
- k) Se han aplicado, en la elaboración de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar). (2%)

RA4. Archiva información en soporte papel e informático, reconociendo los criterios de eficiencia y ahorro en los trámites administrativos. (15%)

- a) Se ha descrito la finalidad de organizar la información y los objetivos que se persiguen. (1,5%)
- b) Se han diferenciado las técnicas de organización de información que se pueden aplicar en una empresa o institución, así como los procedimientos habituales de registro, clasificación y distribución de la información en las organizaciones. (1,5%)
- c) Se han identificado los soportes de archivo y registro y las prestaciones de las aplicaciones informáticas específicas más utilizadas en función de las características de la información a almacenar. (1,5%)
- d) Se han identificado las principales bases de datos de las organizaciones, su estructura y funciones. (1,5%)

- e) Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiados al tipo de documentos. (1,5%)
- f) Se han realizado árboles de archivos informáticos para ordenar la documentación digital. (1,5%)
- g) Se han aplicado las técnicas de archivo en los intercambios de información telemática (intranet, extranet, correo electrónico). (1,5%)
- h) Se han reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación y detectado los errores que pudieran producirse en él. (1,5%)
- i) Se han respetado los niveles de protección, seguridad y acceso a la información, así como la normativa vigente tanto en documentos físicos como en base de datos informáticas. (1,5%)
- j) Se han aplicado, en la elaboración y archivo de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar). (1,5%)

RA5. Reconoce necesidades de posibles clientes aplicando técnicas de comunicación. (5%)

- a) Se han desarrollado técnicas de comunicación y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente en situaciones de atención/asesoramiento al mismo. (1%)
- b) Se han identificado las fases que componen el proceso de atención al cliente/consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación. (0,5%)
- c) Se han reconocido los errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente. (0,5%)
- d) Se ha identificado el comportamiento del cliente. (0,5%)
- e) Se han analizado las motivaciones de compra o demanda de un servicio del cliente. (0,5%)
- f) Se ha obtenido, en su caso, la información histórica del cliente. (0,5%)
- g) Se ha adaptado adecuadamente la actitud y discurso a la situación de la que se parte. (0,5%)
- h) Se ha observado la forma y actitud adecuadas en la atención y asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado. (0,5%)
- i) Se han distinguido las distintas etapas de un proceso comunicativo. (0,5%)

RA6. Atiende consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes aplicando la normativa vigente en materia de consumo. (10%)

- a) Se han descrito las funciones del departamento de atención al cliente en empresas. (1%)
- b) Se ha interpretado la comunicación recibida por parte del cliente. (1%)
- c) Se han identificado los elementos de la queja/reclamación. (1%)
- d) Se han reconocido las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/reclamaciones. (1%)
- e) Se ha identificado y localizado la información que hay que suministrar al cliente. (1%)
- f) Se han utilizado los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones. (1%)
- g) Se ha cumplimentado, en su caso, un escrito de respuesta utilizando medios electrónicos u otros canales de comunicación. (1%)
- h) Se ha reconocido la importancia de la protección del consumidor. (1%)
- i) Se ha identificado la normativa en materia de consumo. (1%)
- j) Se han diferenciado los tipos de demanda o reclamación. (1%)

RA7. Potencia la imagen de empresa reconociendo y aplicando los elementos y herramientas del marketing. (10%)

- a) Se ha identificado el concepto de marketing. (1%)
- b) Se han reconocido las funciones principales del marketing. (2%)
- c) Se ha valorado la importancia del departamento de marketing. (1%)
- d) Se han diferenciado los elementos y herramientas básicos que componen el marketing. (2%)
- e) Se ha valorado la importancia de la imagen corporativa para conseguir los objetivos de la empresa. (1%)
- f) Se ha valorado la importancia de las relaciones públicas y la atención al cliente para la imagen de la empresa. (1%)
- g) Se ha identificado la fidelización del cliente como un objetivo prioritario del marketing. (2%)

RA8. Aplica procedimientos de calidad en la atención al cliente identificando los estándares establecidos. (5%)

- a) Se han identificado los factores que influyen en la prestación del servicio al cliente. (0,5%)
- b) Se han descrito las fases del procedimiento de relación con los clientes. (0,5%)
- c) Se han descrito los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio. (0,5%)
- d) Se ha valorado la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos. (0,5%)
- e) Se han detectado los errores producidos en la prestación del servicio. (0,5%)
- f) Se ha aplicado el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas. (0,5%)
- g) Se ha explicado el significado e importancia del servicio post- venta en los procesos comerciales. (0,5%)
- h) Se han definido las variables constitutivas del servicio post- venta y su relación con la fidelización del cliente. (0,5%)
- i) Se han identificado las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio post- venta. (0,5%)
- j) Se han descrito los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio post- venta, así como sus fases y herramientas. (0,5%)

6.2. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN.

Conforme a lo establecido en la Orden de 29 de septiembre de 2010, de evaluación, el Decreto 327/2010, de Reglamento Orgánico de los IES y el RD 1147/2011, de la formación profesional del sistema educativo, la evaluación del proceso de aprendizaje del alumnado deberá determinar la consecución de los Resultados de Aprendizaje del mismo. Para ello, se realizará una evaluación **criterial**, que determinará si el alumnado alcanza los criterios de evaluación y en qué medida, asociados a dichos resultados.

El peso de cada unidad didáctica viene determinado por los criterios de evaluación que se estén trabajando en dicha unidad y por la ponderación establecida en el epígrafe anterior. Para superar el módulo se ha tenido que obtener una **media en los resultados de aprendizajes igual o superior al 50%**. Al comienzo de cada unidad, el alumno conocerá como se califica la unidad, que criterios de evaluación se van a trabajar y que actividades son las calificables.

Cuando un alumno/a por cualquier motivo suficientemente justificado falte al examen, dicha materia pendiente de evaluación se acumulará a la siguiente prueba escrita (presentación de justificante médico).

Los registros diarios y las calificaciones se recogerán, respectivamente, en el cuaderno del profesor, y en un calificador donde aparecerán reflejadas todas las variables a evaluar y sus correspondientes puntuaciones.

6.3. PROCESO DE MEJORA Y RECUPERACIÓN.

El periodo de recuperación o mejora es una parte más del proceso de enseñanza-aprendizaje, teniendo en cuenta que la evaluación es continua y busca la formación integral del alumnado.

Para el alumnado que no obtenga una calificación global final superior a 5 después de la segunda evaluación, se establecerá un **periodo de recuperación** y una evaluación final antes de la convocatoria final, en el que se trabajarán todos los contenidos del curso pendientes de superar, por lo que, el alumnado acude a este plan de recuperación sólo con los Resultados de Aprendizaje no alcanzados.

Para el alumnado que obtenga una calificación global final superior a 5 después de la segunda evaluación, se establecerá un **periodo de mejora** voluntario y una evaluación final en el que se trabajarán todos los contenidos asociados a dicho proceso de mejora, de forma global.

Las actividades consistirán básicamente en la realización de ejercicios prácticos, esquemas y mapas conceptuales, repasando los distintos conceptos teóricos y prácticos bajo la supervisión del profesorado. Además, se realizará una prueba teórico-práctica en ambos procesos. Será obligatoria la asistencia a las clases que se establezcan en este período de recuperación, así como la entrega de los trabajos solicitados.