

# **PROGRAMACIÓN**

**MÓDULO: 0651.**  
**Comunicación y atención al cliente**

**NIVEL: CFGS**  
**1º ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS**

**CURSO ACADÉMICO: 23/24**

**PROFESORADO:**  
**Elena Sánchez Aranda**

## ÍNDICE

1.	IDENTIFICACIÓN DEL MÓDULO .....	2
2.	CONTEXTO.....	3
3.	OBJETIVOS GENERALES DEL CICLO FORMATIVO RELACIONADOS CON EL MÓDULO .....	4
4.	COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES DEL TÍTULO .....	5
5.	CONTENIDOS.....	5
6.	RELACIÓN DE UNIDADES DIDÁCTICAS Y TEMPORALIZACIÓN POR EVALUACIONES .....	12
7.	MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD.....	12
8.	EVALUACIÓN .....	13
9.	METODOLOGÍA .....	19
10.	TRATAMIENTO DE LOS TEMAS TRANSVERSALES E INTERDISCIPLINARIEDAD .....	21
11.	TRABAJOS MONOGRÁFICOS .....	24
12.	SEGUIMIENTO DE LA PROGRAMACIÓN, PROCEDIMIENTOS DE AUTOEVALUACIÓN Y, EN SU CASO, MODIFICACIÓN DE LOS CONTENIDOS.....	24

<b>1. IDENTIFICACIÓN DEL MÓDULO</b>	
<b>Ciclo formativo</b>	<b>TÉCNICO SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS</b>
<b>Nivel GM / GS:</b>	<b>Grado Superior</b>
<b>Duración:</b>	<b>2.000 horas</b>
<b>Familia:</b>	<b>Administración y Gestión</b>
<b>Referente Europeo:</b>	<b>CINE-5b</b>
<b>Normativa que regula el título</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Real Decreto 1584/2011</b>, de 4 de noviembre, por el que se establece el Título de Técnico Superior en Administración y Finanzas y se fijan sus enseñanzas mínimas. (BOE 15-12-2011)</li> <li>• <b>Orden de 11 de marzo de 2013</b>, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico Superior en Administración y Finanzas.(BOJA 22-04-2013)</li> </ul>
<b>Módulo Profesional:</b>	<b>0651. Comunicación y atención al cliente</b>
<b>Características del Módulo:</b>	<p><b>Nº horas:</b> 160</p> <p><b>Curso:</b> 1º</p> <p><b>Asociado a las Unidades de Competencia:</b></p> <p>UC0982_3: Administrar y gestionar con autonomía las comunicaciones de la dirección.</p>

## 2. CONTEXTO

### A. CONTEXTO LEGISLATIVO

#### LEYES GENERALES

- La Ley Orgánica 5/2002, de 19 de junio, de las Cualificaciones y de la Formación Profesional. (BOE 20-6-2002).
- La Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación (LOE). (BOE 14-07-06).
- Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, para la mejora de la calidad educativa. (LOMCE). (BOE 10-12-13).
- Ley 17/2007, 10 de diciembre, de Educación de Andalucía, (LEA). (BOJA 26-12-2007)

#### DE LA ORDENACIÓN DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL INICIAL

- Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio, por el que se establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo. (BOE 30-07-2011).
- Decreto 436/2008, de 2 de septiembre, por el que se establece la ordenación y las enseñanzas de la Formación Profesional inicial que forma parte del sistema educativo. (BOJA 12-9-2008)

#### DE CENTROS

- Decreto 327/2010, de 13 de julio, por el que se aprueba el Reglamento Orgánico de los Institutos de Educación Secundaria. (BOJA 16-07-2010)
- ORDEN de 20 de agosto de 2010, por la que se regula la organización y el funcionamiento de los institutos de educación secundaria, así como el horario de los centros, del alumnado y del profesorado. (BOJA 30-08-2010)

#### DE LAS ENSEÑANZAS

- 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. (BOJA 15-10-2010)
- ORDEN de 28 de septiembre de 2011, por la que se regulan los módulos profesionales de formación en centros de trabajo y de proyecto para el alumnado matriculado en centros docentes de la Comunidad Autónoma de Andalucía. (BOJA 20-10-2011)
- Real Decreto 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. (BOE 15-12-2011)
- Orden de 11 de marzo de 2013, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico Superior en Administración y Finanzas. (BOJA 22-04-2013)

## B. CONTEXTO DEL CENTRO Y ALUMNADO

La presente programación didáctica se enmarca en el Centro Educativo I.E.S. Salvador Serrano de Alcaudete.

Se trata de un centro dividido en dos edificios separados por un Km. A nivel general se puede decir que la zona es de nivel socioeconómico y cultural medio. El citado centro es un instituto bilingüe y tiene una oferta educativa que abarca la Educación Secundaria, Bachillerato en las modalidades de Ciencias, Humanidades y Ciencias Sociales, FPB de Servicios Administrativos y ciclos formativos de grado medio y superior de la familia profesional de Administración y Gestión y de la familia de Electricidad y Electrónica. En horario de tarde se imparte la Educación Secundaria de Adultos semipresencial.

La programación va dirigida a los alumnos de primero del Ciclo Formativo de Grado Superior de Administración y Finanzas. Son 11 alumnos y alumnas que presentan una gran disparidad en cuanto a formación y edad. Dos de ellos proceden del ciclo de grado medio de Gestión administrativa, otros de ciclos superiores (algunos no concluidos) y otros del ámbito laboral. Por tanto, partimos de una situación poco homogénea. La mayoría no se conocen, pero tienen una actitud muy buena y están motivados.

Una vez desarrollada la evaluación inicial el nivel de competencia general del alumnado es aceptable.

## 3. OBJETIVOS GENERALES DEL CICLO FORMATIVO RELACIONADOS CON EL MÓDULO

La formación del módulo contribuye a alcanzar los **objetivos generales** de este ciclo formativo que se relacionan a continuación:

- a) Analizar y confeccionar los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa, identificando la tipología de los mismos y su finalidad, para gestionarlos.
- b) Analizar los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa reconociendo su estructura, elementos y características para elaborarlos.
- c) Identificar y seleccionar las expresiones de lengua inglesa, propias de la empresa, para elaborar documentos y comunicaciones.
- d) Analizar las posibilidades de las aplicaciones y equipos informáticos, relacionándolas con su empleo más eficaz en el tratamiento de la información para elaborar documentos y comunicaciones.
- e) Analizar la información disponible para detectar necesidades relacionadas con la gestión empresarial.
- 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.

- 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. COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES DEL TÍTULO

La formación del módulo contribuye a alcanzar las **competencias profesionales, personales y sociales** de este título que se relacionan a continuación:

- 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, información obtenida y/o necesidades detectadas.
- c) Detectar necesidades administrativas o de gestión de la empresa de diversos tipos, a partir del análisis de la información disponible y del entorno.
- 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.
- 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.

#### 5. CONTENIDOS

##### CONTENIDOS BÁSICOS DEL CURRÍCULO SEGÚN LA ORDEN DEL CICLO FORMATIVO

##### **Técnicas de comunicación institucional y promocional:**

- Las organizaciones empresariales.
- Las funciones en la organización: dirección, planificación, organización y control. Los departamentos.
- Tipología de las organizaciones. Organigramas.
- Dirección en la empresa.
- Procesos y sistemas de información en las organizaciones.

- Tratamiento de la información. Flujos interdepartamentales.
- Elementos y barreras de la comunicación.
- Comunicación e información y comportamiento.
- Las relaciones humanas y laborales en la empresa.
- La comunicación interna en la empresa: comunicación formal e informal.
- La comunicación externa en la empresa.
- Calidad del servicio y atención de demandas.
- La imagen corporativa e institucional en los procesos de información y comunicación en las organizaciones.

**Las comunicaciones orales presenciales y no presenciales:**

- Elementos y etapas de un proceso de comunicación oral.
- Principios básicos en las comunicaciones orales.
- Técnicas 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.
- Realización de presentaciones.
- La comunicación telefónica.
- Componentes de la atención telefónica. Expresiones adecuadas.
- La cortesía en las comunicaciones telefónicas.
- Técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones telemáticas.
- Preparación y realización de llamadas.
- Identificación de los interlocutores.
- Tratamiento de distintas categorías de llamadas.
- La centralita.
- Uso del listín telefónico.
- La videoconferencia.

**Elaboración de documentos profesionales escritos:**

- La comunicación escrita en la empresa.

- Estilos de redacción.
- Siglas y abreviaturas.
- Herramientas para la corrección de textos.
- Estructuras y estilos de redacción en la documentación profesional.
- Redacción de documentos profesionales, utilizando tratamientos de textos.
- Comunicación en las redes (Intra/Internet, blogs, redes sociales, chats y mensajería instantánea, entre otros). La “netiqueta”.
- Técnicas de comunicación escrita.
- Técnicas de transmisión de la imagen corporativa en los escritos.

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

- La recepción, envío y registro de la correspondencia.
- Servicios de correos, circulación interna de correspondencia y paquetería.
- Procedimientos de seguridad y confidencialidad de la información.
- Clasificación y ordenación de documentos.
- Técnicas de archivo: naturaleza. Finalidad del archivo.
- Archivo de documentos.
- Sistemas de archivo.
- Clasificación de la información.
- Centralización o descentralización del archivo.
- El proceso de archivo.
- Custodia y protección del archivo.
- Las bases de datos para el tratamiento de la información.
- El correo electrónico.

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

- El cliente.
- La atención al cliente en la empresa/organización.
- El departamento de atención al cliente/consumidor en la empresa.
- Documentación implicada en la atención al cliente.
- Sistemas de información y bases de datos.
- Relaciones públicas.
- Canales de comunicación con el cliente.
- Procedimientos de obtención y recogida de información.



- Técnicas de atención al cliente: dificultades y barreras en la comunicación con clientes/usuarios.

**Gestión de consultas, quejas y reclamaciones:**

- La protección del consumidor y/o usuario.
- El rol del consumidor y/o usuario.
- Derechos y deberes de los consumidores y/o usuarios.
- La defensa del consumidor.
- Instituciones y organismos de protección al consumidor.
- Reclamaciones y denuncias.
- Mediación y arbitraje: concepto y características.
- Situaciones en las que se origina una mediación o arbitraje.

**Organización del servicio posventa:**

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

**RELACIÓN ENTRE RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CONTENIDOS**

Los contenidos básicos del currículo se agruparán en bloques relacionados directamente con los resultados de aprendizaje y los criterios de evaluación.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE (Nº) / CRITERIOS DE EVALUACIÓN(Letra)	CONTENIDOS
<b>1. Caracteriza técnicas de comunicación institucional y promocional, distinguiendo entre internas y externas.</b>	
a) Se han identificado los tipos de instituciones empresariales, describiendo sus características jurídicas, funcionales y organizativas. b) Se han relacionado las funciones tipo de la organización: dirección, planificación, organización, ejecución y control. c) Se ha identificado la estructura organizativa para una asistencia o la prestación de un servicio de calidad. d) Se han relacionado los distintos estilos de mando de una organización con el clima laboral que generan. e) Se han definido los canales formales de comunicación en la organización a partir de su organigrama.	<b>U.D. 1 La organización en la empresa. Proceso de información y comunicación.</b> 1. La empresa: elementos y tipos. 2. Clasificación de las empresas 3. La organización empresarial 4. Tipos de organización 5. Áreas funcionales de la empresa 6. Departamentalización de la empresa 7. Descripción de organigramas elementales 8. La función directiva.

<p>f) Se han diferenciado los procesos de comunicación internos formales e informales.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>i) Se ha valorado la importancia de la transmisión de la imagen corporativa de la organización en las comunicaciones formales.</p> <p>j) Se han identificado los aspectos más significativos que transmiten la imagen corporativa en las comunicaciones institucionales y promocionales de la organización.</p>	<p>9. La información en la actividad empresarial.</p> <p>10. La comunicación en la actividad empresarial.</p> <p>11. Comunicación externa e imagen corporativa.</p>
<p><b>2. Realiza comunicaciones orales presenciales y no presenciales, aplicando técnicas de comunicación y adaptándolas a la situación y al interlocutor.</b></p>	
<p>a) Se han identificado los elementos y las etapas de un proceso de comunicación.</p> <p>b) Se han aplicado las distintas técnicas de comunicación oral presencial y telefónica.</p> <p>c) Se ha aplicado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales.</p> <p>d) Se han identificado los elementos necesarios para realizar y recibir una llamada telefónica efectiva en sus distintas fases: preparación, presentación-identificación y realización de la misma.</p> <p>e) Se han tenido en cuenta las costumbres socioculturales y los usos empresariales y se ha valorado la importancia de la transmisión de la imagen corporativa.</p> <p>f) Se han detectado las interferencias que producen las barreras de la comunicación en la comprensión de un mensaje y se han propuesto las acciones correctivas necesarias.</p> <p>g) Se ha utilizado el léxico y las expresiones adecuadas al tipo de comunicación y a los interlocutores.</p> <p>h) Se han aplicado convenientemente elementos de comunicación no verbal en los mensajes emitidos.</p> <p>i) Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y con sensibilidad.</p> <p>j) Se han comprobado los errores cometidos y se han propuesto las acciones correctoras necesarias.</p>	<p><b>U.D. 2 La comunicación presencial en la empresa</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. La comunicación en la empresa: elementos y tipos.</li> <li>2. Barreras de la comunicación</li> <li>3. Tipos de comunicación en la empresa</li> <li>4. La comunicación presencial.</li> <li>5. Técnicas de comunicación presencial.</li> <li>6. Las habilidades sociales</li> <li>7. Situaciones presenciales más comunes.</li> <li>8. Recepción de visitas</li> <li>9. La comunicación no verbal en la comunicación presencial.</li> <li>10. Costumbres, protocolo y formas de actuación.</li> </ol> <p><b>U.D. 3 Comunicación telefónica y telemática: las redes sociales</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Comunicación telefónica y telemática: las redes sociales.</li> <li>2. Medios, equipos y prestaciones para la comunicación telefónica.</li> <li>3. Protocolos en la comunicación telefónica.</li> <li>4. Barreras y dificultades en la comunicación</li> <li>5. Gestión empresarial de las comunicaciones telefónicas</li> <li>6. Atención de quejas telefónicas: clientes difíciles</li> <li>7. Tipos de comunicación telemática.</li> <li>8. Gestión de las comunicaciones telemáticas en la empresa.</li> <li>9. La imagen corporativa en la Web</li> <li>10. Tecnologías de la información y comunicación</li> </ol>
<p><b>3. Elabora documentos escritos de carácter profesional, aplicando criterios lingüísticos, ortográficos y de estilo.</b></p>	
<p>a) Se han identificado los soportes y los canales para elaborar y transmitir los documentos.</p> <p>b) Se han diferenciado los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad y</p>	<p><b>U.D. 4 Documentos escritos al servicio de la comunicación</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. La comunicación escrita: elementos y tipos.</li> <li>2. Normas para una adecuada redacción.</li> </ol>

<p>confidencialidad.</p> <p>c) Se ha identificado al destinatario, observando las debidas normas de protocolo.</p> <p>d) Se han diferenciado las estructuras y estilos de redacción propias de la documentación profesional.</p> <p>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.</p> <p>f) Se han utilizado las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos y autoedición, así como sus herramientas de corrección.</p> <p>g) Se han publicado documentos con herramientas de la web 2.0.</p> <p>h) Se ha adecuado la documentación escrita al manual de estilo de organizaciones tipo.</p> <p>i) Se ha utilizado la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos, establecida para las empresas e instituciones públicas y privadas.</p> <p>j) Se han aplicado, en la elaboración de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar y reciclar).</p> <p>k) Se han aplicado técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones escritas, valorando su importancia para las organizaciones.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>3. Documentos propios de la comunicación escrita.</li> <li>4. Soportes para transmitir documentos escritos.</li> <li>5. Canales para transmitir documentos escritos.</li> <li>6. Gestión documental</li> </ol> <p><b>U.D. 5: Correspondencia Comercial</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. La carta comercial</li> <li>2. Cartas de compraventa</li> <li>3. Cartas relacionadas con el pago o cobro</li> </ol>
<p><b>4 Determina los procesos de recepción, registro, distribución y recuperación de comunicaciones escritas, aplicando criterios específicos de cada una de estas tareas.</b></p>	
<p>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.</p> <p>b) Se han determinado las ventajas e inconvenientes de la utilización de los distintos medios de transmisión de la comunicación escrita.</p> <p>c) Se ha seleccionado el medio de transmisión más adecuado en función de los criterios de urgencia, coste y seguridad.</p> <p>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.</p> <p>e) Se han analizado las técnicas de mantenimiento del archivo de gestión de correspondencia convencional.</p> <p>f) Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiado al tipo de documentos.</p> <p>g) Se han reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación.</p> <p>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).</p> <p>i) Se han registrado los correos electrónicos recibidos o emitidos de forma organizada y rigurosa, según técnicas de gestión eficaz.</p> <p>j) Se ha realizado la gestión y mantenimiento de libretas de direcciones.</p> <p>k) Se ha valorado la importancia de la firma digital en la correspondencia electrónica.</p>	<p><b>U.D. 6 Tratamiento, clasificación y archivo de la documentación empresarial</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Archivo: finalidad, funciones y tipos de archivo.</li> <li>2. Sistemas de clasificación de documentación.</li> <li>3. Recepción y archivo de documentación.</li> <li>4. Consulta y conservación de la documentación.</li> <li>5. El correo electrónico</li> <li>6. Tratamiento de la correspondencia empresarial.</li> <li>7. Seguridad y confidencialidad de la información: Ley de Protección de Datos.</li> <li>8. Agencia Española de Protección de Datos</li> </ol>

<b>5. Aplica técnicas de comunicación, identificando las más adecuadas en la relación y atención a los clientes/usuarios.</b>	
<p>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.</p> <p>b) Se han identificado las fases que componen el proceso de atención al cliente/consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación.</p> <p>c) Se ha adoptado la actitud más adecuada según el comportamiento del cliente ante diversos tipos de situaciones.</p> <p>d) Se han analizado las motivaciones de compra o demanda de un producto o servicio por parte del cliente/usuario.</p> <p>e) Se ha obtenido, en su caso, la información histórica del cliente.</p> <p>f) Se ha aplicado la forma y actitud adecuadas en la atención y asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado.</p> <p>g) Se han analizado y solucionado los errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente/usuario.</p>	<p><b>U.D. 7 Comunicación y atención comercial</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. El cliente: tipos de clientes e importancia para la empresa</li> <li>2. Las motivaciones del cliente y el proceso de compra.</li> <li>3. El departamento de atención al cliente.</li> <li>4. La calidad en la atención al cliente</li> <li>5. Comunicación en la atención comercial: errores y barreras</li> <li>6. El proceso de atención comercial: elementos y técnicas.</li> <li>7. Tratamiento y gestión de la información comercial: los CRM</li> </ol>
<b>6. Gestiona consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes, aplicando la normativa vigente.</b>	
<p>a) Se han descrito las funciones del departamento de atención al cliente en empresas.</p> <p>b) Se ha valorado la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos.</p> <p>c) Se ha interpretado la comunicación recibida por parte del cliente.</p> <p>d) Se han relacionado los elementos de la queja/reclamación con las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/reclamaciones.</p> <p>e) Se han diferenciado los tipos de demanda o reclamación.</p> <p>f) Se ha gestionado la información que hay que suministrar al cliente.</p> <p>g) Se han determinado los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones.</p> <p>h) Se han redactado escritos de respuesta, utilizando medios electrónicos u otros canales de comunicación.</p> <p>i) Se ha valorado la importancia de la protección del consumidor.</p> <p>j) Se ha aplicado la normativa en materia de consumo.</p>	<p><b>U.D. 8 Gestión de conflictos y reclamaciones.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. La satisfacción del cliente: actuación empresarial.</li> <li>2. La protección de los derechos del consumidor</li> <li>3. El consumidor y la Administración</li> <li>4. La reclamación: documentación asociada.</li> <li>5. Principios básicos para presentar una reclamación</li> <li>6. Gestión empresarial de reclamaciones escritas.</li> <li>7. Gestión de reclamaciones presenciales.</li> <li>8. Conflicto y negociación comercial: técnicas y herramientas de negociación.</li> <li>9. La protección de los derechos del consumidor.</li> </ol>
<b>7. Organiza el servicio postventa, relacionándolo con la fidelización del cliente.</b>	
<p>a) Se ha valorado la importancia del servicio posventa en los procesos comerciales.</p> <p>b) Se han identificado los elementos que intervienen en la atención posventa.</p> <p>c) Se han identificado las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio posventa.</p> <p>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.</p> <p>e) Se han distinguido los momentos o fases que estructuran el proceso de posventa.</p> <p>f) Se han utilizado las herramientas de gestión de un servicio posventa.</p>	<p><b>U.D. 9 Servicio postventa y fidelización de los clientes</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. El servicio postventa: definición y tipos.</li> <li>2. La calidad y el servicio postventa</li> <li>3. Gestión de la calidad: planificación y evaluación del servicio postventa.</li> <li>4. Tratamiento de errores y anomalías. Control y mejora del servicio.</li> <li>5. El CRM como instrumento de gestión postventa.</li> <li>6. Postventa y fidelización de los clientes.</li> </ol> <p><b>U.D. 10 Marketing y conocimiento del mercado</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. El marketing: Marketing-mix</li> </ol>

<p>g) Se han descrito las fases del procedimiento de relación con los clientes.</p> <p>h) Se han descrito los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio.</p> <p>i) Se han detectado y solventado los errores producidos en la prestación del servicio.</p> <p>j) Se ha aplicado el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas.</p>	<p>2. El plan de marketing empresarial: etapas</p> <p>3. Análisis de la situación</p> <p>4. El mercado: criterios de segmentación</p> <p>5. Investigación de mercado: Técnicas</p>
--	--

6. RELACIÓN DE UNIDADES DIDÁCTICAS Y TEMPORALIZACIÓN POR EVALUACIONES												
RESULTADO DE APRENDIZAJE DE APRENDIZAJE									UNIDAD DIDÁCTICA Nº		EVALUACIÓN	HORAS
1	2	3	4	5	6	7	8	9				
X									1.- La organización en la empresa. Proceso de información y comunicación	1ª	18	
	X								2.- La comunicación presencial en la empresa	1ª	16	
	X								3.- Comunicación telefónica y telemática: las redes sociales	1ª	14	
		X							4.- Documentos escritos al servicio de la comunicación	1ª	16	
<b>Total horas 1ª Evaluación</b>											64	
		X							5.- Correspondencia comercial	2ª	17	
			X						6.- Tratamiento, clasificación y archivo de la documentación empresarial	2ª	18	
				X					7.- Comunicación y atención comercial	2ª	17	
<b>Total horas 2ª Evaluación</b>											52	
					X				8.- Gestión de conflictos y reclamaciones	3ª	15	
						X			9.- Servicio postventa y fidelización de los clientes	3ª	15	
							X		10. Marketing y conocimiento del mercado		15	
<b>Total horas 3ª Evaluación</b>											45	
<b>TEMPORALIZACIÓN</b>									<b>HORAS SEMANALES</b>		<b>HORAS ANUALES</b>	
									5		161	

7. MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD
<p>La diversidad del alumnado, que accede a un ciclo formativo, viene determinada por su formación académica previa, su experiencia personal, laboral, social, por una procedencia socio-cultural, así como por algunas necesidades derivadas de situaciones de discapacidad.</p>

El equipo educativo ha de tener en cuenta todas estas circunstancias y, por todo ello, adecuar el proceso didáctico a la diversidad existente en el grupo, sin renunciar a la adquisición de las capacidades terminales de todos los estudiantes, ni a la consecución del perfil profesional en la competencia general del ciclo.

Las herramientas de trabajo, de las que dispone el equipo educativo, son: las programaciones didácticas, que han de adaptarse al currículo del ciclo según las necesidades individuales del alumno y los medios audiovisuales, e informáticos con los que cuenta el centro, además del Departamento de Orientación.

Cuando se detecte que el alumno/a no va respondiendo a los objetivos programados, debido a falta de base, dificultades de comprensión... se adoptaran medidas de refuerzo educativo y/o adaptación curricular no significativa, no modificando los elementos básicos del currículo (contenidos y objetivos) como por ejemplo:

- Aumento de temporalización en la realización de las actividades propuestas.
- Aumento de temporalización en la realización de exámenes.
- Facilitar el uso de ordenadores en alumnado con problemas en la escritura.
- Realización de pruebas orales.
- Tutorización de la labor por alumnos más aventajados.

De matricularse en el ciclo alumnos con necesidades educativas especiales diagnosticadas y acreditadas, se realizarán las adaptaciones curriculares que sean precisas según tipo de discapacidad y posibilidad.

Así mismo para aquellos alumnos que individualmente se considere necesario se propondrán actividades de refuerzo y/o ampliación a lo largo de toda la evaluación.

## 8. EVALUACIÓN

La evaluación de los aprendizajes del alumnado de los ciclos formativos será continua e integradora y se realizará a lo largo de todo el proceso formativo del alumno.

La evaluación de las enseñanzas de este ciclo se realizará teniendo en cuenta los resultados de aprendizaje y los criterios de evaluación establecidos en cada módulo profesional, así como los objetivos generales del ciclo formativo.

### A. Criterios de Evaluación ¿qué evaluar?

% nota final	RESULTADOS DE APRENDIZAJE (Nº)/ CRITERIOS DE EVALUACIÓN (LETRA)	Ponderación Criterios
10%	<b>1. Caracteriza técnicas de comunicación institucional y promocional, distinguiendo entre internas y externas.</b>	
	a) Se han identificado los tipos de instituciones empresariales, describiendo sus características jurídicas, funcionales y organizativas.	10%

	b) Se han relacionado las funciones tipo de la organización: dirección, planificación, organización, ejecución y control.	10%
	c) Se ha identificado la estructura organizativa para una asistencia o la prestación de un servicio de calidad.	10%
	d) Se han relacionado los distintos estilos de mando de una organización con el clima laboral que generan.	10%
	e) Se han definido los canales formales de comunicación en la organización a partir de su organigrama.	10%
	f) Se han diferenciado los procesos de comunicación internos formales e informales.	10%
	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.	10%
	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.	10%
	i) Se ha valorado la importancia de la transmisión de la imagen corporativa de la organización en las comunicaciones formales.	10%
	j) Se han identificado los aspectos más significativos que transmiten la imagen corporativa en las comunicaciones institucionales y promocionales de la organización.	10%
<b>20%</b>	<b>2. Realiza comunicaciones orales presenciales y no presenciales, aplicando técnicas de comunicación y adaptándolas a la situación y al interlocutor.</b>	
	a) Se han identificado los elementos y las etapas de un proceso de comunicación.	10%
	b) Se han aplicado las distintas técnicas de comunicación oral presencial y telefónica.	10%
	c) Se ha aplicado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales.	10%
	d) Se han identificado los elementos necesarios para realizar y recibir una llamada telefónica efectiva en sus distintas fases: preparación, presentación-identificación y realización de la misma.	10%
	e) Se han tenido en cuenta las costumbres socioculturales y los usos empresariales y se ha valorado la importancia de la transmisión de la imagen corporativa.	10%
	f) Se han detectado las interferencias que producen las barreras de la comunicación en la comprensión de un mensaje y se han propuesto las acciones correctivas necesarias.	10%
	g) Se ha utilizado el léxico y las expresiones adecuadas al tipo de comunicación y a los interlocutores.	10%
	h) Se han aplicado convenientemente elementos de comunicación no verbal en los mensajes emitidos.	10%
	i) Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y con sensibilidad.	10%
	j) Se han comprobado los errores cometidos y se han propuesto las acciones correctoras necesarias.	10%
<b>20%</b>	<b>3. Elabora documentos escritos de carácter profesional, aplicando criterios lingüísticos, ortográficos y de estilo.</b>	
	a) Se han identificado los soportes y los canales para elaborar y transmitir los documentos.	9%
	b) Se han diferenciado los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad y confidencialidad.	9%
	c) Se ha identificado al destinatario, observando las debidas normas de protocolo.	9%
	d) Se han diferenciado las estructuras y estilos de redacción propias de la documentación profesional.	9%
	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.	9%
	f) Se han utilizado las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos y autoedición, así como sus herramientas de corrección.	9%
	g) Se han publicado documentos con herramientas de la web 2.0.	9%
	h) Se ha adecuado la documentación escrita al manual de estilo de organizaciones tipo.	9%
	i) Se ha utilizado la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos, establecida para las empresas e instituciones públicas y privadas.	9%
	j) Se han aplicado, en la elaboración de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar y reciclar).	9%
	k) Se han aplicado técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones escritas, valorando su importancia para las organizaciones.	10%
<b>10%</b>	<b>4. Determina los procesos de recepción, registro, distribución y recuperación de comunicaciones escritas, aplicando criterios específicos de cada una de estas tareas.</b>	
	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.	9%
	b) Se han determinado las ventajas e inconvenientes de la utilización de los distintos medios de	9%

	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.	9%
	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.	9%
	e) Se han analizado las técnicas de mantenimiento del archivo de gestión de correspondencia convencional.	9%
	f) Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiado al tipo de documentos.	9%
	g) Se han reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación.	9%
	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).	9%
	i) Se han registrado los correos electrónicos recibidos o emitidos de forma organizada y rigurosa, según técnicas de gestión eficaz.	9%
	j) Se ha realizado la gestión y mantenimiento de libretas de direcciones.	9%
	k) Se ha valorado la importancia de la firma digital en la correspondencia electrónica.	10%
<b>10%</b>	<b>5. Aplica técnicas de comunicación, identificando las más adecuadas en la relación y atención a los clientes/usuarios.</b>	
	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.	14%
	b) Se han identificado las fases que componen el proceso de atención al cliente/consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación.	14%
	c) Se ha adoptado la actitud más adecuada según el comportamiento del cliente ante diversos tipos de situaciones.	14%
	d) Se han analizado las motivaciones de compra o demanda de un producto o servicio por parte del cliente/usuario.	14%
	e) Se ha obtenido, en su caso, la información histórica del cliente.	14%
	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.	15%
<b>10%</b>	<b>6. Gestiona consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes, aplicando la normativa vigente.</b>	
	a) Se han descrito las funciones del departamento de atención al cliente en empresas.	10%
	b) Se ha valorado la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos.	10%
	c) Se ha interpretado la comunicación recibida por parte del cliente.	10%
	d) Se han relacionado los elementos de la queja/reclamación con las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/reclamaciones.	10%
	e) Se han diferenciado los tipos de demanda o reclamación.	10%
	f) Se ha gestionado la información que hay que suministrar al cliente.	10%
	g) Se han determinado los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones.	10%
	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%
<b>20%</b>	<b>7. Organiza el servicio postventa, relacionándolo con la fidelización del cliente.</b>	
	a) Se ha valorado la importancia del servicio posventa en los procesos comerciales.	10%
	b) Se han identificado los elementos que intervienen en la atención posventa.	10%
	c) Se han identificado las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio posventa.	10%
	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.	10%
	e) Se han distinguido los momentos o fases que estructuran el proceso de posventa.	10%
	f) Se han utilizado las herramientas de gestión de un servicio posventa.	10%
	g) Se han descrito las fases del procedimiento de relación con los clientes.	10%



h) Se han descrito los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio.	10%
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.	10%

**B. Técnicas e instrumentos de evaluación ¿cómo evaluar?**

Con carácter general, se medirán los contenidos mínimos que determinan el grado de conocimiento adquirido por el alumno, las habilidades y destrezas adquiridas, así como el comportamiento, la participación, puntualidad, motivación, ... que el alumno/a muestre dentro del aula; para ello utilizaremos los siguientes **Instrumentos**:

- 1. Observación directa del trabajo del alumno:** A través de ella se pueden evaluar comportamientos, actitudes, nivel de integración, ...
- 2. Corrección de tareas:** ejercicios, trabajos individuales, trabajos en equipo, trabajos de investigación...con los que se puede evaluar los contenidos, el planteamiento del trabajo, la utilización de la información proporcionada por el profesor, así como la organización de ideas y la claridad de expresión.
- 3. Pruebas escritas:** Para evaluar la adquisición de contenidos, razonamiento, comprensión y claridad de ideas, correcta expresión ortográfica, empleo de terminología y vocabulario adecuados.

Se realizarán pruebas escritas, donde se llevará a cabo una prueba de los contenidos vistos en el aula. Las pruebas consistirán en:

- a. Cuestionarios de elección múltiple, en los cuáles el alumno/a debe elegir una respuesta entre varias posibles a la cuestión planteada.
- b. Cuestionarios de preguntas cortas y/o casos prácticos

Del mismo modo, tendrá una importancia decisiva a la hora de evaluar el esfuerzo realizado por el alumno para superar el módulo.

**C. Criterios de Calificación**

Tanto la calificación de evaluaciones parciales, como la nota final del alumnado, será numérica entre uno y diez, y sin decimales.

Para obtener dicha calificación, una vez valorados todos y cada uno de los criterios de evaluación de cada resultado de aprendizaje, con los instrumentos referidos anteriormente, se obtendrá una nota de cada resultado de aprendizaje. La calificación del alumno o alumna se obtendrá por aplicación del peso o porcentaje de participación de cada resultado de aprendizaje en la nota final según la siguiente distribución:

	R.A. 1	R.A. 2	R.A. 3	R.A. 4	R.A. 5	R.A. 6	R.A. 7
<b>Final</b>	10%	20%	20%	10%	10%	10%	20%

### **INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN:**

- A. Pruebas específicas teóricas y prácticas (escritas y/u orales) sobre contenidos del módulo.
- B. Realización tareas, trabajos, ejercicios “obligatorios”, etc.
- C. La observación directa y el trabajo diario, puntualidad, motivación, interés, participación y comportamiento durante la clase. Igualmente, la expresión oral a través de sus intervenciones en el aula, en la puesta en común del trabajo de los equipos, coloquios, debates, etc. Por otro lado, la expresión escrita en trabajos, controles, así como la ortografía y la presentación de los mismos.

### **CRITERIOS DE CALIFICACIÓN:**

La nota de la evaluación se corresponderá con una **calificación de 0 a 10 puntos** y se obtendrá de la suma de la puntuación obtenida en los apartados anteriores de la forma siguiente:

**A. 80%** de la media (siempre que se obtenga una puntuación **igual o superior a 4** en cada prueba) de las puntuaciones obtenidas en las pruebas del **instrumento de evaluación a).**

**B. De 0 a 1,5 puntos.** Puntuación que se obtendrá en el **instrumento de evaluación b).**

**C. De 0 a 0,5 puntos.** Puntuación que se obtendrá en el **instrumento de evaluación c).**

Nota de Evaluación = A + B + C

El curso consta de 3 evaluaciones y para ser considerado apto se deben superar las tres con una **nota igual o superior a 5.**

Cuando el profesor del módulo tenga evidencias claras de que **un alumno ha copiado** en un examen o trabajo, dicho examen o trabajo será calificado con 0, además podrán aplicarse las sanciones disciplinarias que se estimen oportunas.

En la corrección de cualquier producción oral o escrita que el alumnado realice, se tendrán en cuenta: errores gramaticales o de escritura; acentuación y puntuación; caligrafía legible; pulcritud y limpieza; márgenes adecuados; vocabulario apropiado y empleo de léxico conveniente; evitar repeticiones, concordancias; y transmisión con claridad de las ideas.

Las pautas de valoración para la expresión oral se contienen en el Anexo III-A del Proyecto Lingüístico de Centro, las de la expresión escrita en el Anexo IV-A, la valoración del cuaderno en los anexos V-B y V-BII, y la de los trabajos de investigación en el Anexo V-A.

En caso necesario, se aplicará una penalización máxima del 20% sobre la calificación asignada a estas producciones, partiendo de la detracción de nota que establece el Proyecto Lingüístico de Centro para las diferentes incorrecciones léxicas en este nivel educativo:

- Cada falta de tildes o de grafía se penalizará con un 0,1.
- La mala presentación, puntuación, caligrafía y expresión podrá bajar hasta el 100% de la ponderación establecida.

#### D. Recuperación

Al comienzo de las evaluaciones segunda y tercera, o al tiempo de realizar éstas, se fijará una prueba de evaluación objetiva que servirá de recuperación de la evaluación anterior. La tercera evaluación se podrá recuperar mediante una prueba objetiva que se realizará al final de esta evaluación.

Deberán presentarse a estas pruebas los alumnos que hayan obtenido una calificación inferior a 5, en el cómputo de la evaluación trimestral.

Los alumnos que no superen las correspondientes recuperaciones, serán evaluados negativamente en la evaluación final y se incorporaran al programa de recuperación del módulo, que se desarrolla a continuación:

En el período comprendido entre la tercera evaluación parcial y la evaluación final, se llevarán a cabo actividades de refuerzo o mejora de competencias, que permitan a los alumnos/as la superación del módulo (en el supuesto de haber obtenido una calificación negativa en la tercera evaluación parcial) o la mejora de competencias, que conllevará una mejor calificación en la evaluación final.

En este periodo los alumnos tienen la obligación de asistir a clases y continuar con las actividades lectivas hasta la fecha de finalización del régimen ordinario de clase.

En el mes de junio se realizará una prueba escrita para que el alumno recupere los contenidos no superados. También deberán presentar las actividades o trabajos no presentados durante el curso, o que, habiendo sido presentados, no cumplan los requisitos mínimos exigidos por la profesora.

Para aquellos alumnos/as que alcanzados los resultados del aprendizaje y que por su aptitud y capacidad pueden alcanzar otras superiores, se establecerán actividades de profundización o técnicas de investigación a partir de la bibliografía recomendada y medios de comunicación. Por ejemplo, realización de trabajos, carteles, comentarios..., sobre los temas recomendados.

Estas actividades serán objeto de evaluación y por tanto de calificación, pudiendo el alumno mediante ellas, subir nota.

#### E. Actividades de refuerzo y ampliación

**DE REFUERZO** (*destinadas a aquellos alumnos/as que presentan más dificultades para alcanzar los objetivos: actividades graduadas en dificultad, repetición de ejercicios de una misma temática*) Y **AMPLIACIÓN** (*para aquellos que deseen profundizar e investigar sobre determinados contenidos de su interés o para su futuro profesional*). *Están destinadas a atender a la diversidad.*

Resúmenes de apartados complicados del tema	Individualmente	Pizarra Cuaderno
Elaboración de mapas conceptuales sencillos		
Repaso de actividades de cálculo		
Trabajos de investigación	Gran grupo Individualmente	Internet Ordenador

## 9. METODOLOGÍA

Se seguirá una metodología **activa**, dando protagonismo al alumno. Se intentará conseguir que la participación del alumnado llegue a todo el proceso educativo colaborando con el profesor, analizando y corrigiendo las deficiencias que se den en el aula, confeccionando material, corrigiendo ejercicios, etc.

El trabajo se realizará en forma de **autoinstrucción**, es decir, siempre que ello sea posible, el alumno/a debe tratar por sí mismo las respuestas a los interrogantes que le planteen los trabajos que esté realizando, siempre bajo la orientación del profesor, y utilizando los materiales y recursos didácticos propuestos.

En cuanto a la actividad normal del aula se realizarán exposiciones teórico-prácticas de los diversos temas indicados en los contenidos.

La exposición de los temas se hará de una forma coloquial y participativa en la que no solo hable el profesor, sino que los alumnos y alumnas intervendrán también dando su opinión, aportando lo que saben al respecto, partiendo del conocimiento que del tema tienen los alumnos y de ejemplos reales del entorno, despertando de esta forma el interés de los mismos y haciendo el tema ameno e interesante.

Se harán actividades simultaneadas con la exposición del tema, al mismo tiempo que se expondrán abundantes ejemplos. Otros ejercicios más completos y globales se efectuarán a la conclusión del mismo.

El profesor servirá de asesor resolviendo dudas en el transcurso de las actividades, y supervisará y corregirá todos los ejercicios realizados a fin de que el alumno encuentre rápidamente la vía para la corrección de sus errores.

Respecto a la organización del trabajo en el aula, ésta combinará el trabajo individual, pero también el trabajo en pequeños grupos, para abordar problemas y cuestiones globales o de aproximación a un tema y el trabajo del grupo-clase, para las puestas en común y debates.

En el último trimestre, una vez estudiados, analizados, debatidos y recapitulados todos los contenidos, estableceremos una globalización de esos contenidos. Lo abordaremos a través de un supuesto globalizador que servirá para sintetizar todos los contenidos adquiridos a lo largo del curso y permitirá visualizar dichos contenidos de manera interrelacionada e integradora.

## ACTIVIDADES

Las actividades propuestas tendrán en cuenta los siguientes aspectos:

- Los diferentes ritmos de aprendizaje
- Integrarse en proyectos interdisciplinarios (que impliquen varios departamentos)
- Favorecer la capacidad de aprender por sí mismos
- Promover el trabajo en equipo.

Entre los tipos de actividades a realizar durante el curso, cabe destacar las siguientes:

- **Actividades introductorias o de motivación.**  
Son las que deben iniciar la secuencia de aprendizaje. Tratan de establecer el interés de los alumnos por el aprendizaje. Las estrategias que se van a usar en mi programación son: comentario de una noticia de prensa o de un artículo de una revista científica, presentación de una problemática, utilización de Internet, etc.
- **Actividades diagnósticas o de revisión de conocimientos previos.**  
Para que el aprendizaje sea significativo es necesario generar nuevos aprendizajes a partir de los conocimientos previos del alumnado. Por lo tanto, es necesario que el profesor detecte dichos conocimientos. La estrategia más utilizada es el brainstorming, preguntas, debates.
- **Actividades de desarrollo.**  
Estas actividades tienen por finalidad desarrollar los distintos contenidos propuestos para la consecución de los objetivos. En general se clasifican en los tipos siguientes:  
Simulación y preparación para realizar las siguientes tareas :
  - Recepción de visitas y atención telefónica.
  - Recepción, tramitación y gestión de documentos.
  - Atención al cliente/usuario.
  - Elaboración, registro y archivo de documentos.
  - Realización de las gestiones pertinentes con los departamentos afectados para consultas, reclamaciones y atención postventa.
  - Tramitación de reclamaciones y denuncias.
  - Aplicación de los estándares de la calidad en la prestación del servicio.
  - Aplicación de las técnicas de marketing como medio de potenciación de la imagen de la empresa.

Por otra parte, con el fin de fomentar la relación con el entorno productivo y aproximarse mejor a contextos reales de trabajo, así como, de apoyar a la consecución de los objetivos generales del ciclo formativo, el departamento ha planificado una serie de **actividades complementarias y extraescolares** para este curso académico, sin perjuicio de que se puedan realizar otras que no estén programadas y que por su interés se consideren oportunas.

Estas actividades se realizarán según lo establecido en la programación del departamento.

## ACTIVIDADES DE LECTURA, ESCRITURA Y EXPRESIÓN ORAL

El desarrollo de actividades que fomenten la lectura, la escritura y la expresión oral se trabajará con prensa especializada.

- Lectura de diversos artículos periodísticos de prensa y revistas especializadas.
- Lectura de diferentes artículos de normas jurídicas.
- Lectura de artículos de distintas páginas web.

## MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS

En cuanto a los materiales utilizados tenemos que destacar como base fundamental los siguientes:

- Libro usado por el alumno (recomendado): **Comunicación y atención al cliente. CF Grado Superior. Editorial Mc Graw-Hill.**
- Apuntes desarrollados por el profesor.
- Supuestos prácticos proporcionados por el profesor.
- Se extraerá información de cualquier otro libro relacionado con la materia que se considere conveniente

En cuanto a material didáctico, todo el que el aula dispone en su dotación:

- Archivadores.
- Pizarra.
- Plantillas de documentos utilizados tanto en la empresa privada cómo en la Administración Pública, por ej. : Modelos de los diferentes documentos expedidos por la secretaría del propio Centro Educativo.
- Equipos informáticos conectados a Internet.
- Aplicaciones informáticas de propósito general.
- Material de oficina (escritura, archivo, reproducción de documentos, etc.).
- Publicaciones periódicas de contenido general y de contenido especializado.

## 10. TRATAMIENTO DE LOS TEMAS TRANSVERSALES E INTERDISCIPLINARIEDAD

### ELEMENTOS TRANSVERSALES

De acuerdo con lo establecido por el Ministerio de Educación y la Junta de Andalucía los temas transversales deben estar presentes en todas las áreas y materias curriculares de cada etapa educativa, impregnando el currículo establecido.

Su presencia está justificada en cuanto que ayudan a la formación integral del alumnado, que contribuye a su desarrollo como persona en todas sus dimensiones y no solo como estudiante.

Esta educación en valores no se desarrolla en ninguna unidad didáctica específica, sino que aparece reflejada a lo largo de la secuenciación de contenidos.

El módulo de Tratamiento informático de la información, tratará de dar cabida a estos contenidos establecidos por la legislación, trabajando específicamente algunos de ellos, que se pasan a exponer a continuación:

Los temas transversales a considerar son los siguientes:

- **Educación moral y cívica.**

Considerada como la transversal de las transversales, cuyos objetivos están presentes en todas las unidades. A través de ella se pretende:

- Detectar y criticar los aspectos injustos de la realidad cotidiana y de las normas sociales vigentes.
- Construir formas de vida más justas, tanto en los ámbitos interpersonales como en los colectivos.
- Elaborar de forma autónoma, racional, y a través del diálogo con los otros, principios generales de valor que ayuden a enjuiciar críticamente la realidad.
- Lograr que adquieran las normas que rigen la sociedad de modo democrático y buscando la justicia.

Este tema lo trabajaremos a través del diálogo, de la reflexión personal y colectiva y de la participación en campañas que se pueden plantear. Se intentará que el alumnado participe activamente en el trabajo en equipo, valorando la comunicación y respeto entre compañeros de trabajo, aceptando distintos roles dentro del grupo y contribuyendo a un ambiente adecuado.

- **Educación para la igualdad de oportunidades de ambos sexos.**

Se persigue:

- El rechazo a las desigualdades y discriminación derivadas de la pertenencia a un determinado sexo.
- La posibilidad de identificar situaciones en las que se produce este tipo de discriminación y de analizar sus causas.
- La adquisición de formas de comportamiento de acuerdo con estos valores.

Este tema lo trabajaremos realizando trabajos y actividades en grupos mixtos y destacando el papel de la mujer en las empresas, tratando de poner en valor el papel de la mujer en el mundo de la empresa.

Siempre se utilizará un lenguaje adecuado no sexista.

- **Educación ambiental.**

A través de su tratamiento se pretende:

- Que comprendan y analicen las repercusiones de las actividades humanas en la naturaleza.
- La evolución de la intervención humana en el medio natural de distintos países.

Este tema lo trabajaremos evitando el desperdicio de papel y consumibles, reciclando todos los desechos y tratando de concienciar al alumnado de la necesidad de hacerlo.

Se intentará que el alumnado adquiera hábitos respetuosos con el medio ambiente, en cuanto a reciclaje de equipos obsoletos y consumibles, y control del gasto energético de las instalaciones informáticas.

- **Educación para el consumo.**

Se pretende fomentar:

- La responsabilidad de los alumnos como consumidores y el respeto hacia las normas que rigen la convivencia de los mismos.
- El rechazo al consumismo y la degradación del medio ambiente.
- El desarrollo integral de los jóvenes favoreciendo el reciclaje y el uso adecuado de los materiales en el centro.

Este tema lo trabajaremos analizando críticamente el contenido publicitario de la prensa técnica y de los sitios web.

- **Educación ambiental.**

A través de su tratamiento se pretende:

- Que comprendan y analicen las repercusiones de las actividades humanas en la naturaleza.
- La evolución de la intervención humana en el medio natural de distintos países.

Este tema lo trabajaremos evitando el desperdicio de papel y consumibles, reciclando todos los deshechos y tratando de concienciar al alumnado de la necesidad de hacerlo.

Se intentará que el alumnado adquiera hábitos respetuosos con el medio ambiente, en cuanto a reciclaje de equipos obsoletos y consumibles, y control del gasto energético de las instalaciones informáticas.

- **Educación para la paz:**

Se pretende formentar:

- Formación para la vida en común, la cohesión social, la cooperación y solidaridad entre los pueblos.
- Ejercicio de la tolerancia y del respeto a la diversidad dentro de los principios democráticos de convivencia.
- Prevención de conflictos y resolución pacífica de los mismos.
- Promoción de la práctica real y efectiva de la igualdad.
- Formación en el respeto y reconocimiento de la pluralidad lingüística y cultural de España.
- Respeto de la interculturalidad como un elemento enriquecedor de la sociedad.

Este valor estará presente a lo largo de las distintas unidades didácticas a través de la aplicación de las normas de convivencia del Centro y de las normas de aula que consensuaremos.

De igual forma, este valor lo concretaremos igualmente mediante el fomento del trabajo en equipo, el respeto a las opiniones y aportaciones de los demás y la resolución pacífica y constructiva de conflictos interpersonales. Todas estas habilidades sociales las iremos trabajando de forma progresiva unidad tras unidad.

También se trabajarán los siguientes temas transversales:

- Educación para los Medios de Comunicación.
- Educación Afectivo-Sexual
- Educación para la salud
- Educación Vial
- Educación para la interculturalidad
- Educación para el Desarrollo

Asimismo, se incluirá el conocimiento y el respeto a los valores recogidos en la Constitución Española y en el Estatuto de Autonomía para Andalucía.

La **Cultura Andaluza** se ha de tratar como un tema transversal más, pretendiéndose que tanto profesorado como alumnado la utilicen como un elemento habitual en la práctica educativa, permitiendo la integración del estudiante en la realidad de Andalucía: Conocimiento de las creencias, actitudes y valores de nuestra tradición y patrimonio cultural, Conocimiento y análisis de los mecanismos que rigen nuestra sociedad. En este módulo se trataría, en general, de conocer las distintas instituciones públicas andaluzas.

Además, se organizarán actividades, como visitas al patrimonio cultural de Andalucía, visitas a empresas andaluzas, participación en días como el 28 de febrero en las actividades programadas por el Centro.



Nuestra programación integra contenidos relativos al **comportamiento responsable en entornos en línea**. En general, desde este módulo, se debe conseguir que el alumnado tenga un comportamiento responsable en los entornos en línea, abordando la seguridad, concienciación de riesgos, respeto y uso responsable de los recursos en la red, donde se tengan en cuenta las normas de propiedad intelectual y de copyright. Por ello, es necesario conocer los tipos de licencias Creative Commons, usar bancos de imágenes libres de copyright y concienciar acerca del uso controlado y responsable de dichos recursos (imágenes, vídeos, textos y otros contenidos que hay publicados en Internet), cuando se empleen para los trabajos o proyectos que se desarrollen.

También se intentará participar con la dirección y el departamento de orientación y el departamento de actividades extraescolares, en las tareas y actividades que se planteen para el fomento de todas las actitudes, valores y comportamientos anteriormente expuestos, participando en actividades extraescolares, charlas, seminarios, debates, ...

### INTERDISCIPLINARIEDAD

Algunos de los contenidos que se imparten en este módulo se pueden complementar con los contenidos de otros módulos del ciclo.

## 11. TRABAJOS MONOGRÁFICOS

En los módulos Simulación Empresarial y Proyecto de Administración y Finanzas se desarrollarán todos los contenidos y prácticas trabajados en el resto de módulos que forman el currículo del título de Grado superior de Administración y Finanzas.

## 12. SEGUIMIENTO DE LA PROGRAMACIÓN, PROCEDIMIENTOS DE AUTOEVALUACIÓN Y, EN SU CASO, MODIFICACIÓN DE LOS CONTENIDOS

Trimestralmente, se llevará a cabo un seguimiento de la programación y, en su caso modificación de los contenidos según el contexto del alumnado de este curso académico.

Por otra parte, se llevará a cabo un procedimiento de evaluación del proceso de enseñanza y práctica docente cada trimestre una vez observados los resultados y analizados estos.