

	<p align="center"><b>PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO</b> COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE</p>	<p align="right">Página 1 de 45</p>
--	---	-------------------------------------

<b>MÓDULO:</b>	<b>COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE</b>
<b>CICLO FORMATIVO:</b>	<b>TÉCNICO EN GESTIÓN ADMINISTRATIVA (GRADO MEDIO)</b>
<b>CURSO:</b>	<b>1º</b>
<b>PROFESORA:</b>	<b>MELCHOR ALCÁNTARA GONZÁLEZ</b>
<b>CURSO ACADÉMICO:</b>	<b>2023-2024</b>

## Contenido

<b>1.- INTRODUCCIÓN</b>	2
<b>2.- NORMATIVA</b>	3
<b>3.-JUSTIFICACION DEL MÓDULO</b>	4
<b>4.- ANÁLISIS DEL CONTEXTO</b>	5
<b>5.- OBJETIVOS</b>	7
<b>6.-CONTENIDOS</b>	10
6.1.- Contenidos básicos	10
6.3.- Secuenciación y temporalización de contenidos	21
6.4.- Contenidos transversales. Educación en valores	22
6.5.- Contenidos interdisciplinares	23
<b>7.- METODOLOGÍA</b>	23
7.1.- Principios metodológicos	23
7.2.- Estrategias metodológicas	24
7.3.- Orientaciones pedagógicas: Las líneas de actuación en el proceso de enseñanza-aprendizaje	25
7.4.- Aplicación de las nuevas tecnologías en el aula	26
7.5.- Agrupamientos	26
7.6.- Actividades de enseñanza-aprendizaje	27
7.7.- Actividades complementarias y extraescolares	28
<b>8.-RECURSOS</b>	28
<b>9.-ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD</b>	29
<b>10.-EVALUACIÓN</b>	30
10.1.- Punto de partida: Consideraciones previas	30
10.2.- Evaluación del proceso de aprendizaje: La evaluación del alumnado	31
10.3.-Criterios de evaluación	32
10.4.- Técnicas e instrumentos de evaluación	37
10.5.-Criterios e instrumentos de calificación	39
10.6.- Plan de refuerzo para alumnos/as que no hayan superado alguna de las evaluaciones parciales	41
10.7.- Plan de mejora para alumnos/as que hayan superado todas las evaluaciones parciales y deseen mejorar sus resultados	42
10.8.- Evaluación del proceso de enseñanza	42
<b>11.- CONCLUSIÓN</b>	43
<b>12.-BIBLIOGRAFÍA</b>	43

	<p style="text-align: center;"><b>PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO</b> COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE</p>	<p>Página 2 de 45</p>
--	--	-----------------------

## 1.- INTRODUCCIÓN

Información general del Título: El título de **Técnico en Gestión Administrativa** queda identificado por los siguientes elementos:

- **Denominación:** *Gestión Administrativa.*
- **Nivel:** *Formación profesional de Grado Medio.*
- **Duración:** *2000 horas.*
- **Familia Profesional:** *Administración y Gestión.*
- **Referente europeo:** *CINE-3 (Clasificación Internacional Normalizada de la Educación).*
- **Ocupaciones y puestos de trabajo:** Auxiliar administrativo, ayudante de oficina, auxiliar administrativo de cobros y pagos, administrativo comercial, auxiliar administrativo de gestión de personal, auxiliar administrativo de las administraciones públicas, recepcionista, empleado de atención al cliente, empleado de tesorería, empleados de medios de pago.

Información del Módulo profesional:

- **Denominación:** **Operaciones Administrativas de Compraventa.**
- **Curso:** 1º curso C.F. Gestión Administrativa
- **Duración:** 160 horas (5 horas/semana)
- **Código:** 0437
- **Soporte:** SI (con el módulo de Empresa en el Aula)
- **Asociado a UC:** UC0975\_2: Recepcionar y procesar las comunicaciones internas y externas. UC0978\_2: Gestionar el archivo en soporte convencional e informático.
- **Síntesis:** Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar funciones de apoyo administrativo y de atención al cliente, aplicando los protocolos de calidad establecidos en la empresa.



## 2.- NORMATIVA

	Ordenación	Perfil profesional	Título	Evaluación
Estatutal	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ley Orgánica 2/2006 de 3 de mayo de Educación (<b>LOE</b>).</li> <li>Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, para la mejora de la calidad educativa (<b>LOMCE</b>).</li> <li>Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre, por la que se modifica la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación (<b>LOMLOE</b>).</li> <li>LEY ORGÁNICA 3/2022, de 31 de marzo, de ordenación e integración de la Formación Profesional.</li> <li>REAL DECRETO 659/2023, de 18 de julio, por el que se desarrolla la ordenación del Sistema de Formación Profesional</li> </ul>	<p>Ley Orgánica 5/2002, de 19 de junio, de las <b>Cualificaciones</b> y de la Formación Profesional. RD 1416/2005, de 25 de noviembre, sobre el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales.</p> <p><b>RD.295/2004, de 20 de febrero</b>, establecen determinadas cualificaciones profesionales que se incluyen en el Catálogo nacional de cualificaciones profesionales, así como sus correspondientes módulos formativos que se incorporan al Catálogo modular de formación profesional <b>modificada</b>→RD.109/2008, de 1 de febrero</p> <p>-</p>	<p>Real Decreto 1631/2009, de 30 de octubre, por el que se establece el título de <b>Técnico en Gestión Administrativa</b> y se fijan sus <b>enseñanzas mínimas</b> (modificado por el R.D. 1126/2010 de 10 de 09 de 2010).</p>	

	<p align="center"><b>PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO</b> COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE</p>	<p align="right">Página 4 de 45</p>
--	---	-------------------------------------

<p align="center"><b>Autonómica</b></p>	<p>Ley 17/2007 de 10 de diciembre, de Educación de Andalucía (<b>LEA</b>).</p> <p>Decreto 327/2010 de 3 de julio, por el que se establece el Reglamento Orgánico de los Institutos de Educación Secundaria (art.29:Las <b>Programaciones Didácticas</b>).</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• ORDEN de 21 de febrero de 2011, por la que se desarrolla el <b>currículo</b> correspondiente al título de <b>Técnico en Gestión Administrativa</b> (BOJA de 18 de marzo de 2011).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ORDEN de 29 de septiembre de 2010, por la que se regula la <b>evaluación</b>, 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.</li> </ul>
---	---	--	---	--

### 3.-JUSTIFICACION DEL MÓDULO

Con la superación de este módulo se pretende que el alumnado desarrolle una serie de **competencias personales y sociales** relacionadas con el trabajo en equipo, la autonomía, la iniciativa en la toma de decisiones, la autoformación y la responsabilidad, para de esta manera incorporarse de manera eficaz a la organización de las actividades productivas de las empresas y su constante evolución.

Este módulo se considera un módulo soporte en relación con el de empresa en el aula, asociado a la unidad de competencias específica **UC0975\_2: Recepcionar y procesar las comunicaciones internas y externas. UC0978\_2: Gestionar el archivo en soporte convencional e informático.**

Una vez superado este módulo, junto con el resto de módulos que componen el Título en Gestión Administrativa, permitirán al alumnado adquirir la **competencia general** del mismo y la **cualificación profesional** del sistema productivo para este técnico, que 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.*

	<p style="text-align: center;"><b>PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO</b> COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE</p>	<p>Página 5 de 45</p>
--	--	-----------------------

#### 4.- ANÁLISIS DEL CONTEXTO

El entorno profesional, social, cultural y económico del **centro**, su ubicación geográfica y las características y necesidades del alumnado, constituyen los ejes prioritarios en la planificación de los procedimientos de enseñanza-aprendizaje. De esta forma, el centro educativo juega un papel determinante como vertebrador del conjunto de decisiones implicadas en el proceso de adaptación y desarrollo del currículo formativo.

Debemos tener presente que los centros están asentados en una realidad con la que interactúan de forma permanente. Esta situación siempre generará una serie de influencias recíprocas, sobre todo teniendo presente que **la Formación Profesional** tiene como finalidad la preparación de los alumnos para la actividad en un campo profesional y **debe estar adaptada al entorno**.

**El centro educativo público donde nos situamos** corresponde a Manilva (Málaga), donde las familias tienen un nivel de estudios y renta medio-bajo presentando un contexto con las siguientes características:

- **Entorno socioeconómico:**

Las empresas de la zona son fundamentalmente industriales, agrícolas (principalmente el viñedo), de pesca (en la zona de Sabinillas) y también la de prestación de servicios. Son de pequeña y mediana dimensión, principalmente son empresarios autónomos y sociedades limitadas. Existen también múltiples entidades financieras (cajas, bancos, etc.) cercanas al centro en la zona de Sabinillas, así como un polígono industrial en Manilva pueblo.

- **Sector profesional del título:**

En la localidad y su entorno existe una oferta diversa de empresas, desde asesorías, gestorías y empresas relacionadas con el sector de la hostelería, donde el alumnado podrá realizar su Formación en Centros de Trabajo y donde una vez finalizado el ciclo, podrán incorporarse a trabajar.

Los puestos y ocupaciones sería los siguientes: auxiliar administrativo, ayudante de oficina, auxiliar administrativo de cobros y pagos, administrativo comercial, auxiliar administrativo de gestión personal, auxiliar administrativo de las administraciones públicas, recepcionista, empleado de atención al cliente, empleado de tesorería, empleado de medios de pago.

- **Centro Educativo:**

Se trata de un centro TIC. Cuenta aproximadamente con 1250 alumnos/as. Nº Medio de alumnos por grupo es de aproximadamente 25 alumnos/as. Número de profesores 103. En este centro se imparten 2 ciclos formativos de grado medio, bachilleratos, la enseñanza secundaria obligatoria y dos programas de Formación profesional de grado Básico.



	<p align="center"><b>PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO</b> COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE</p>	<p align="right">Página 6 de 45</p>
--	---	-------------------------------------

- Formación Profesional Inicial de Grado Medio:
  - Familia Profesional de Administración:
    - ➔ CFGM de Gestión Administrativa: un grupo de 1º y uno de 2º.
  - Familia Profesional de Electricidad:
    - ➔ CFGM de Instalaciones Eléctricas y Automáticas: un grupo de 1º y uno de 2º.
- Bachilleratos: 6 unidades (1º y 2º), de Ciencias y otro de Humanidades y Ciencias Sociales.
- Ciclos de Formación Profesional Básica:
  - 1º y 2º FPB de Electrónica y electricidad.
  - 1º y 2º FPB de Servicios Administrativos.
- Educación Secundaria Obligatoria (30 unidades)
- 1 unidad de Educación Especial unidad específica.
- Programa de Diversificación Curricular en la ESO

Los recursos materiales más destacados de los que dispone el centro son: Aulas de Informática para la Familia Profesional de Administración, “aceptablemente dotadas”, con ordenadores conectados en red e Internet, así como aulas TIC.

### Planes y proyectos del centro

Nuestro centro esté adscrito a varios planes, proyectos y programas educativos, de todos ellos destacamos los que tienen incidencia en nuestro departamento y por tanto, en la presente programación y con los cuales trabajaremos con el alumnado en el aula:

	<p>“INNICIA CULTURA EMPRENDEDORA”. Tiene como finalidad fomentar el emprendimiento en sus tres dimensiones personal, social y productiva en los centros educativos, promoviendo el pensamiento y el conocimiento creativo y las iniciativas emprendedoras en toda la comunidad educativa.</p>
	<p>Tomar conciencia de las desigualdades por razón de género en cuanto a roles, actividades y actitudes básicamente, para desarrollar una actitud crítica ante las mismas, favoreciendo siempre el desarrollo de la afectividad y las relaciones personales positivas con ambos sexos. Se realizarán actividades para concienciar en coeducación.</p>

#### • **Análisis de los alumnos/as:**

En cuanto a los alumnos/as sobre los que se basará la programación, del CFGM de Gestión Administrativa de 1º curso, nos encontramos con el siguiente perfil:

	<p style="text-align: center;"><b>PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO</b> COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE</p>	<p>Página 7 de 45</p>
--	--	-----------------------

- Grupo formado por **26 alumnos/as**.
- Formado por 13 hombres y 13 mujeres.
- Las edades van desde los 16 años hasta los 42 años, con un 50% de menores de edad.
- Contamos con un alumno/a con Necesidades Educativas Especiales, este alumno tiene problemas de salud y de manera reiterada le impide asistir de manera regular a clase.
- Proviene de ESO, FPB, de Bachilleratos, incluso algunos provienen del mundo laboral. En definitiva, tenemos distintos perfiles profesionales, así como distintos intereses y motivaciones.

Al mismo tiempo, al ser una educación postobligatoria y que, por tanto, es una formación elegida por ellos mismos, supone en principio, una buena predisposición del alumnado hacia el módulo, lo cual facilitará el desarrollo de las clases.

Para una correcta contextualización del alumnado, hemos tomado como punto de partida e instrumento fundamental, la **evaluación inicial**, que nos ha proporcionado los datos de los niveles de partida necesarios para adecuar nuestro proceso de enseñanza aprendizaje a las características del alumnado y que será clave para la atención a la diversidad:

- Se aprecia un nivel insuficiente de competencias y destrezas básicas en la mayoría del grupo clase donde tan sólo 4 alumnos/as tienen un nivel medio de competencias y destrezas básicas.

Como conclusión, según los resultados que arroja la Evaluación Inicial, el alumnado con mejores resultados proviene tanto de la Formación Profesional Básica de Administrativo, así como de la ESO que han recibido formación en la asignatura de Economía e Iniciativa Emprendedora. Por tanto, se tendrá en cuenta estos diferentes niveles, así como el bajo nivel matemático, en comprensión lectora y expresión escrita con el que cuenta la totalidad del grupo.

## 5.- OBJETIVOS

Los **objetivos** son los *resultados que se espera que logre el alumno/a al finalizar el proceso de aprendizaje* y que al profesorado nos sirve de guía y de orientación en el proceso de enseñanza.



	<p style="text-align: center;"><b>PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO</b> COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE</p>	<p>Página 8 de 45</p>
--	--	-----------------------

Los objetivos se fijan desde la **competencia general** del título, consistente en “*la realización de actividades 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 las normas de prevención de riesgos laborales y protección ambiental*” (Art.4 RD 1631/2009), que es lo que el alumnado debe adquirir al finalizar el ciclo formativo.

La forma de alcanzar la competencia general, se concretará con las **competencias profesionales, personales y sociales**, que son el *conjunto de capacidades y conocimientos que deben alcanzar los titulados de formación profesional para responder de manera eficaz y eficiente a los requerimientos del sector productivo, a aumentar su empleabilidad y a favorecer la cohesión social*, definidas en el Art.5 RD 1631/2009.

Será necesario trasladar al aula estas competencias profesionales, personales y sociales, esto se hará a través de los **objetivos generales**, definidos en el Art.9 RD 1631/2009 y serán los **Resultados de Aprendizaje**, esto es, *las habilidades que el alumnado debe ir adquiriendo para alcanzar las competencias y obtener el título*, los que le van a permitir alcanzar los objetivos.

A su vez, estos Resultados de Aprendizaje se concretan en una serie de **objetivos didácticos** que se irán trabajando en cada una de las unidades didácticas, que reflejaremos en nuestra programación de aula, y la forma de comprobar si han sido alcanzados los Resultados de Aprendizaje será a través de los **criterios de evaluación**.

Como se indica en el Anexo I de la Orden de 21 de febrero de 2011, nuestro módulo profesional de Comunicación empresarial y atención al cliente, contribuye a alcanzar las competencias profesionales, personales y sociales del título y son las siguientes:



	<p align="center"><b>PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO</b> COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE</p>	<p align="right">Página 9 de 45</p>
--	---	-------------------------------------

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

Del mismo modo, el anexo I de la Orden de 21 de febrero de 2011, nos indica que la formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales del ciclo formativo y son los siguientes:

Objetivos generales-contribución del módulo
<p><b>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></p> <p><b>b) Analizar los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa, reconociendo su estructura, elementos y características para elaborarlos.</b></p> <p><b>c) 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.</b></p> <p><b>d) Realizar documentos y comunicaciones en el formato característico y con las condiciones de calidad correspondiente, aplicando las técnicas de tratamiento de la información en su elaboración.</b></p> <p><b>e) Realizar documentos y comunicaciones en el formato característico y con las condiciones de calidad correspondiente, aplicando las técnicas de tratamiento de la información en su elaboración.</b></p> <p><b>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.</b></p>



**ñ) Transmitir comunicaciones de forma oral, telemática o escrita, adecuándolas a cada caso y analizando los protocolos de calidad e imagen empresarial o institucional para desempeñar las actividades de atención al cliente/usuario**

El art. 10 del RD 1147/2011 establece que los módulos profesionales estarán definidos en Resultados de Aprendizaje, criterios de evaluación y contenidos, tomando como referencia las CPPS que se pretenden desarrollar a través del módulo profesional. Los Resultados de Aprendizaje se identifican en el anexo I de la Orden

## **6.-CONTENIDOS**

### **6.1.- Contenidos básicos**

El anexo I de la Orden de 21 de febrero de 2011, por el que se desarrolla el currículo correspondiente al Título de Técnico en Gestión Administrativa, establece los contenidos básicos de nuestro módulo profesional de Comunicación empresarial y atención al cliente

**RA1. Selecciona técnicas de comunicación, relacionándolas con la estructura e imagen de la empresa y los flujos de información existentes en ella.**

**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 sobre 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.

	<p style="text-align: center;"><b>PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO</b> COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE</p>	<p>Página 11 de 45</p>
--	--	------------------------

- 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.

**RA2. Transmite información de forma oral, vinculándola a los usos y costumbres socio profesionales habituales en la empresa.**

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.

Comunicación empresarial y atención al cliente

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

Transmisión de comunicación escrita en la empresa:

- La comunicación escrita en la empresa.
- Normas de comunicación y expresión escrita. Normas ortográficas, sintácticas y de léxico en la

	<p style="text-align: center;"><b>PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO</b> COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE</p>	<p>Página 12 de 45</p>
--	--	------------------------

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).

**RA4. Archiva información en soporte papel e informático, reconociendo los criterios de eficiencia y ahorro en los trámites administrativos. Archivo de la información en soporte papel e informático:**

- 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.

	<p style="text-align: center;"><b>PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO</b> COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE</p>	<p>Página 13 de 45</p>
--	--	------------------------

- Organización en carpetas del correo electrónico y otros sistemas de comunicación telemática

**RA5. Reconoce necesidades de posibles clientes aplicando técnicas de comunicación. 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.

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

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

	<p style="text-align: center;"><b>PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO</b> COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE</p>	<p>Página 14 de 45</p>
--	--	------------------------

- Procedimiento de recogida de las reclamaciones y denuncias. Recepción, registro y acuse de recibo.
- Tramitación y gestión. Tipos de demandas La hoja de reclamaciones.

**RA7. Potencia la imagen de empresa reconociendo y aplicando los elementos y herramientas del marketing. 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.

**RA8. Aplica procedimientos de calidad en la atención al cliente identificando los estándares establecidos.**

Aplicación de procedimientos de calidad en la atención 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.

	<p style="text-align: center;"><b>PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO</b> COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE</p>	<p>Página 15 de 45</p>
--	--	------------------------

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

Resultado de aprendizaje y criterios de evaluación	Contenidos
<p><b>RA1. Selecciona técnicas de comunicación, relacionándolas con la estructura e imagen de la empresa y los flujos de información existentes en ella.</b></p>	
<p>a) Se ha reconocido la necesidad de comunicación entre las personas.</p> <p>b) Se ha distinguido entre comunicación e información.</p> <p>c) Se han distinguido los elementos y procesos que intervienen en la comunicación.</p> <p>d) Se han reconocido los obstáculos que pueden existir en un proceso de comunicación.</p> <p>e) Se ha determinado la mejor forma y actitud a la hora de presentar el mensaje.</p> <p>f) Se han identificado los conceptos de imagen y cultura de la empresa.</p> <p>i) Se ha seleccionado el destinatario y el canal adecuado para cada situación</p> <p>g) Se han diferenciado los tipos de organizaciones y su organigrama funcional.</p> <p>h) Se han distinguido las comunicaciones internas y externas y los flujos de información dentro de la</p>	<p><b>UD. 1 Empresa y Comunicación</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. La empresa y su organización</li> <li>2. La información en la empresa</li> <li>3. El proceso de comunicación</li> <li>4. La comunicación en la empresa</li> <li>5. La eficacia de la comunicación</li> </ol>
<p><b>2. Transmite información de forma oral, vinculándola a los usos y costumbres socioprofesionales habituales en la empresa.</b></p>	
<p>a) Se han identificado los principios básicos a tener en cuenta en la comunicación verbal.</p> <p>b) Se ha identificado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales.</p> <p>c) Se han tenido en cuenta las costumbres socioculturales y los usos empresariales.</p>	<p><b>U.D. 2 La comunicación presencial</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. La comunicación presencial: elementos y situaciones.</li> <li>2. Las técnicas de comunicación presencial.</li> <li>3. La comunicación no verbal.</li> <li>4. Las costumbres socioculturales y los usos empresariales.</li> </ol>





<p>d) Se ha identificado al interlocutor, observando las debidas normas de protocolo, adaptando su actitud y conversación a la situación de la que se parte.</p> <p>e) Se ha elaborado el mensaje verbal, de manera concreta y precisa, valorando las posibles dificultades en su transmisión</p> <p>f) Se ha utilizado el léxico y expresiones adecuados al tipo de comunicación y a los interlocutores.</p> <p>g) Se ha presentado el mensaje verbal elaborado utilizando el lenguaje no verbal más adecuado.</p> <p>h) Se han utilizado equipos de telefonía e informáticos aplicando las normas básicas de uso.</p> <p>i) Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y sensibilidad.</p> <p>j) Se han analizado los errores cometidos y propuesto las acciones correctivas necesarias.</p>	<p>5. Los criterios de calidad en la comunicación presencial.</p> <p><b>U.D. 3 Comunicación telefónica</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. El proceso de comunicación telefónica.</li><li>2. Los equipos y los medios más habituales en las comunicaciones telefónicas.</li><li>3. Los protocolos de tratamiento.</li><li>4. Los usos habituales del teléfono en la empresa.</li><li>5. Los modelos básicos de comunicación telefónica.</li><li>6. La seguridad, el registro y la confidencialidad de las llamadas telefónicas.</li></ol>
<p><b>3. Transmite información escrita, aplicando las técnicas de estilo a diferentes tipos de documentos propios de la empresa y de la Administración Pública.</b></p>	
<p>a) Se han identificado los soportes para elaborar y transmitir los documentos: tipo de papel, sobres y otros.</p> <p>b) Se han identificado los canales de transmisión: correo convencional, correo electrónico, fax, mensajes cortos o similares.</p> <p>c) Se han diferenciado los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad, y confidencialidad.</p> <p>d) Se ha identificado al destinatario observando las debidas normas de protocolo.</p> <p>e) Se han clasificado las tipologías más habituales de documentos dentro de la empresa según su finalidad.</p>	<p><b>U.D. 4 Comunicaciones escritas</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Elementos de la comunicación escrita.</li><li>2. La redacción de escritos.</li><li>3. Documentos propios de la empresa y de la Administración Pública.</li><li>4. Soportes para elaborar y transmitir documentos.</li><li>5. Canales de transmisión de información.</li><li>6. Herramientas de búsqueda de información para elaborar la documentación.</li><li>7. Aplicaciones informáticas de procesamiento de textos.</li></ol>

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 cumplimentado los libros de registro de entrada y salida de correspondencia y paquetería en soporte informático y/o convencional.

j) Se ha utilizado la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos establecidos para las empresas e instituciones públicas y privadas.

k) Se han aplicado, en la elaboración de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).

#### **U.D. 5 El tratamiento de la correspondencia y la paquetería**

1. La circulación de la correspondencia en entidades privadas y públicas.

2. Los servicios de correspondencia y paquetería.

3. Los medios telemáticos: funciones y procedimientos.

4. Las normas de seguridad y confidencialidad de la correspondencia.

#### **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.

#### **U.D. 6 Archivo y clasificación de documentos**

1. El archivo: concepto y finalidad.

2. Tipos de archivos empresariales.

3. Sistemas de clasificación de documentos.

4. Archivo de documentos en formato papel. 5. Archivo informático de datos.

6. Soportes y materiales de archivo.

7. La protección de la información: LOPD.



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 electrónico).

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).

#### 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.

#### **U.D. 7 Detección de las necesidades del cliente y de su satisfacción**

1. El Cliente y su importancia para la empresa 2. Las motivaciones del cliente

3. Elementos de la atención al cliente.

4. El departamento de atención al cliente.

5. Comunicación y asesoramiento en la atención al cliente.

6. Satisfacción y calidad.

7. Evaluación del servicio y fidelización del cliente. y el proceso de compra.



i) Se han distinguido las distintas etapas de un proceso comunicativo	
6. Atiende consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes aplicando la normativa vigente en materia de consumo.	
<p>a) Se han descrito las funciones del departamento de atención al cliente en empresas.</p> <p>b) Se ha interpretado la comunicación recibida por parte del cliente.</p> <p>c) Se han identificado los elementos de la queja/reclamación.</p> <p>d) Se han reconocido las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/reclamaciones.</p> <p>e) Se ha identificado y localizado la información que hay que suministrar al cliente.</p> <p>f) Se han utilizado los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones.</p> <p>g) Se ha cumplimentado, en su caso, un escrito de respuesta utilizando medios electrónicos u otros canales de comunicación.</p> <p>h) Se ha reconocido la importancia de la protección del consumidor.</p> <p>i) Se ha identificado la normativa en materia de consumo.</p> <p>j) Se han diferenciado los tipos de demanda o reclamación</p>	<p><b>U.D. 8 Atención de quejas y reclamaciones</b></p> <p>1. Valoración de la atención recibida.</p> <p>2. Elementos de la reclamación.</p> <p>3. Gestión de reclamaciones.</p> <p>4. El consumidor y su protección</p> <p>5. Instituciones y organismos de consumo.</p> <p>6. Proceso de resolución de una reclamación ante la Administración.</p>
7. Potencia la imagen de empresa reconociendo y aplicando los elementos y herramientas del marketing.	
<p>a) Se ha identificado el concepto de marketing.</p> <p>b) Se han reconocido las funciones principales del marketing.</p> <p>c) Se ha valorado la importancia del departamento de marketing.</p> <p>d) Se han diferenciado los elementos y herramientas básicos que componen el marketing. e)</p>	<p><b>U.D. 9 Potenciación de la imagen empresarial</b></p> <p>1. La función comercial de la empresa.</p> <p>2. Marketing: concepto y niveles de desarrollo. 3. Implantación del plan de marketing.</p> <p>4. El producto y sus estrategias.</p>



<p>Se ha valorado la importancia de la imagen corporativa para conseguir los objetivos de la empresa.</p> <p>f) Se ha valorado la importancia de las relaciones públicas y la atención al cliente para la imagen de la empresa.</p> <p>g) Se ha identificado la fidelización del cliente como un objetivo prioritario del marketing.</p>	<p>5. El precio y sus estrategias.</p> <p>6. El acercamiento físico al cliente: la distribución.</p> <p>7. Estrategias de comunicación con el cliente. 8. Imagen y cultura de empresa.</p>
<p>8. Aplica procedimientos de calidad en la atención al cliente identificando los estándares establecidos.</p>	
<p>a) Se han identificado los factores que influyen en la prestación del servicio al cliente.</p> <p>b) Se han descrito las fases del procedimiento de relación con los clientes.</p> <p>c) Se han descrito los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio.</p> <p>d) Se ha valorado la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos.</p> <p>e) Se han detectado los errores producidos en la prestación del servicio.</p> <p>f) Se ha aplicado el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas.</p> <p>g) Se ha explicado el significado e importancia del servicio postventa en los procesos comerciales.</p> <p>h) Se han definido las variables constitutivas del servicio posventa y su relación con la fidelización del cliente.</p> <p>i) Se han identificado las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio postventa.</p> <p>j) Se han descrito los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio postventa, así como sus fases y herramientas.</p>	<p><b>U.D. 8 Atención de quejas y reclamaciones</b></p> <p>Continuación de ud 8</p>

	<p align="center"><b>PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO</b> COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE</p>	<p align="right">Página 21 de 45</p>
--	---	--------------------------------------

### 6.3.- Secuenciación y temporalización de contenidos

RELACIÓN DE UNIDADES DE TRABAJO Y TEMPORALIZACIÓN													
Resultados Aprendizaje								Unidades de trabajo					horas
1	2	3	4	5	6	7	8					1ª evaluación	
x								1. Empresa y comunicación					17
	x							2. La comunicación presencial					17
	x							3. Comunicación telefónica					16
			x					4. Comunicación escrita					8
Total horas 1ª evaluación												58	
			x					4. Comunicación escrita				2ª evaluación	12
			x					5. Tratamiento de la correspondencia y la paquetería					14
				x				6. Archivo y clasificación de documentos					18
					x			7. Detección de las necesidades del cliente y de su satisfacción					19
Total horas 2ª evaluacion												63	
					x		x	8. Atención de quejas y reclamaciones				3ª evalua- ción	20
							x	9. Potenciación de la imagen empresarial					20
Total horas 3ª evaluacion												40	
TEMPORIZACIÓN								Horas semanales				Horas anuales	
								5				160	

Esta propuesta de temporalización de los contenidos en nuestra programación, tiene un carácter flexible y se irá adaptando según la capacidad de aprendizaje y comprensión del alumnado.



	<p style="text-align: center;"><b>PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO</b> COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE</p>	<p>Página 22 de 45</p>
--	--	------------------------

#### 6.4.- Contenidos transversales. Educación en valores

Es necesario incluir y tratar contenidos para la educación en valores (elementos transversales), que completen las enseñanzas establecidas a nivel curricular.

La LEA, en sus artículos 39 y 40, hacen referencia a la Educación en Valores, Cultura Andaluza y las líneas generales de actuación pedagógica.

Adaptándonos a nuestro centro se priorizarán el tratamiento de los siguientes valores:

- a) Cultura andaluza: Este contenido se desarrollará a lo largo de todo el curso, y el alumno/a descubrirá la realidad y característica de su entorno (participación en el día del flamenco, día de Andalucía...)
- b) Fomentar el pensamiento crítico: Mediante debates en el aula los alumnos/os deberán defender sus ideas y aprenderán a pensar por si mismos.
- c) Autoaprendizaje: Mediante la realización de actividades en el aula, se fomentará el trabajo autónomo para que el alumno/a sea protagonista de su propio aprendizaje.
- d) Género, discriminación y violencia: Debido a que este es un tema que afecta a toda la sociedad, debe ser tratado en el aula, haciendo ver y pensar a los alumnos/as sobre la discriminación sexual en la empresa y en la vida misma.
- e) Coeducación: Se utilizará terminología no sexista en el aula. Se llevará a cabo tanto en los agrupamientos del alumnado, como en el tratamiento de las actividades de clase o complementarias, utilizando terminología no sexista ni estereotipos sociales. Como docente dar ejemplo a la hora de utilizar el lenguaje.
- f) Educación en las TIC: Este área es de eminente importancia para que vean la aplicación práctica del módulo con las nuevas tecnologías. También se hará hincapié en la confidencialidad de la información.
- g) Emprendimiento: Se motivará e informará al alumnado sobre la creación de empresas.
- h) Educación para la convivencia y la paz: Respeto por el trabajo de los demás, tolerancia con los errores cometidos, apoyo al que no sabe...
- i) Prevención de Riesgos Laborales: Darles a conocer al alumnado, los riesgos y medidas preventivas a la hora de desarrollar su trabajo (ergonomía)
- j) Sostenibilidad medioambiental: utilización correcta de los recursos disponibles, tres R, reducir, reutilizar y reciclar (utilizar folios ecológicos, reciclar papel y plástico...).
- k) Fraude fiscal: Lucha contra el fraude fiscal, mediante ejemplos y visitas a organismos públicos (AEAT).
- l) Educación del consumidor: Tratar temas sobre el consumismo compulsivo, aprender a asesorarse bien antes de adquirir algo, saber tratar adecuadamente conflictos con nuestros clientes y proveedores.
- m) Fomento de la lectura: potenciar la lectura de prensa y revistas especializadas de artículos relacionadas con el módulo y con aspectos relacionados con el perfil profesional del ciclo formativo. El alumnado leerán dichos artículos y posteriormente se comentarán y debatirán en clase



	<p style="text-align: center;"><b>PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO</b> COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE</p>	<p>Página 23 de 45</p>
--	--	------------------------

### 6.5.- Contenidos interdisciplinares

La legislación indica que las competencias deben conseguirse de manera conjunta entre todos los módulos, por ello, el equipo educativo debe actuar de manera coordinada. Los contenidos de nuestro módulo está relacionado con los siguientes módulos:

- Operaciones administrativas de compraventa: a través de cartas comerciales de pedido, expedición, entrega de mercancías, reclamación de impagos...
- Tratamiento informático de la información: se utiliza de forma habitual procesadores de texto, hoja de cálculo, correo electrónico, ...
- Empresa y administración: organización de las empresas,...
- Empresa en el aula: ya que este módulo es un compendio de todas los módulos del ciclo.

## 7.- METODOLOGÍA

Con la metodología vamos a considerar los criterios y decisiones que afectan a la acción didáctica, esto es, el **cómo enseñar**.

Como se establece en el art.8.6 del RD 1147/2011, de 29 de julio, por el que se establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo “la metodología didáctica de las enseñanzas de formación profesional, integrará los aspectos científicos, tecnológicos y organizativos que en cada caso correspondan, con el fin de que el alumnado adquiriera una visión global de los procesos productivos propios de la actividad profesional correspondiente”.

Contamos, para el desarrollo de nuestra metodología, con unos principios metodológicos, que serán nuestro referente a la hora de adoptar las estrategias metodológicas y las actividades didácticas.

### 7.1.- Principios metodológicos

En el proceso de enseñanza-aprendizaje contemplamos las siguientes estrategias con el fin de proporcionar al alumnado una visión global y coherente de los contenidos y aspectos prácticos del módulo, mediante la integración de contenidos de carácter científico, tecnológico y organizativo:

- Metodología activa y participativa.
- Observar las peculiaridades de cada alumno/a y sus diferentes ritmos de aprendizaje.
- Potenciar la construcción de aprendizajes significativos, es necesario relacionar los nuevos aprendizajes a partir de las ideas previas del alumno/a.
- Procurar una dinámica de trabajo en aula en un ambiente agradable, abierto, distendido, solidario y estimulante.

De manera específica se proponen las siguientes pautas metodológicas en el desarrollo de las actividades de enseñanza y aprendizaje del módulo:

	<p align="center"><b>PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO</b> COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE</p>	<p align="right">Página 24 de 45</p>
--	---	--------------------------------------

1. Activar la curiosidad y el interés por el contenido del tema a tratar o de la tarea a realizar.
2. Mostrar la relevancia del contenido o la tarea. En la medida que lo permita la naturaleza de las tareas, organizar en grupos, vinculando la evaluación a los resultados globales del grupo. Favoreciendo el trabajo en equipo, el trabajo colaborativo y el trabajo cooperativo.
3. Promover la adquisición de aprendizaje de valores, autoestima, confianza en sí mismo, capacidad de superación, con mensajes de estímulo y de motivación.
4. Organizar las evaluaciones a lo largo del curso, para que permitan afrontar el proceso de evaluación continua y que sirva para que el alumnado constate sus avances y eviten en lo posible la comparación de unos con otros.
5. Emplear un enfoque multidisciplinar que favorezca una formación integral y continua del alumno/a: Relacionar los distintos conceptos y procedimientos en las diferentes unidades de trabajo del módulo y abordar los contenidos con rigor y actualidad, concienciando al alumnado de los numerosos cambios que se producen.
6. Acercar al alumno/a a la realidad de la práctica empresarial, utilizando técnicas de simulación en las actividades.

Este modelo propuesto será abierto y flexible, donde se introducirán todas las modificaciones necesarias que se vayan detectando a lo largo del proceso de enseñanza aprendizaje.

## 7.2.- Estrategias metodológicas

Se utilizará una amplia gama de estrategias metodológicas, para dar respuesta a la diversidad del alumnado con la que nos encontramos, se tendrá en cuenta sus características y sus diferentes ritmos de aprendizaje, teniendo en cuenta además, la variedad de contenidos a impartir, combinando estrategias expositivas con las de indagación.

### *1. Estrategias expositivas:*

Consistirá en presentar, de forma oral o escrita, los contenidos estructurados de forma clara y coherente, que conecten con los conocimientos de partida del alumnado.

Al inicio de cada unidad didáctica se realizará una tormenta de ideas, un debate o una lectura de un artículo de actualidad, de manera que nos sirva para detectar lo que el alumnado conoce sobre estos nuevos contenidos que vamos a desarrollar. Además, se contará con materiales didácticos, como mapas conceptuales, presentaciones multimedia, esquemas; utilizando sobre todo recursos tecnológicos.

### *2. Estrategias de indagación:*

Este tipo de estrategias requieren que el alumnado investigue y vaya descubriendo por sí solo, de manera que construya su propio aprendizaje, se fomentará su autonomía y se tratará de que el alumno/a descubra y se acerque a situaciones reales y

	<p align="center"><b>PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO</b> COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE</p>	<p align="right">Página 25 de 45</p>
--	---	--------------------------------------

nuevas, y que aplique los conocimientos ya adquiridos, tratando de dar respuesta a los problemas que han detectado, adquiriendo así, nuevos aprendizajes.

### 7.3.- Orientaciones pedagógicas: Las líneas de actuación en el proceso de enseñanza-aprendizaje

Tal como se describe en las orientaciones pedagógicas establecidas, para el módulo de Comunicación empresarial y atención al cliente, en el Anexo I de la Orden reguladora del título, Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar las funciones relacionadas con la comunicación en la empresa, tales como:

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

Las actividades profesionales asociadas a estas funciones se aplican:

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

Estas líneas de actuación se fundamentan desde el enfoque de “aprender haciendo”, a través del diseño de actividades que proporcionen al alumnado un conocimiento real sobre la empresa en operaciones de compraventa y una adecuada atención al cliente.

	<p align="center"><b>PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO</b> COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE</p>	<p align="right">Página 26 de 45</p>
--	---	--------------------------------------

#### 7.4.- Aplicación de las nuevas tecnologías en el aula

Para facilitar los procesos de enseñanza aprendizaje en el aula contamos con una herramienta muy importante como son las TICs (Tecnologías de la Información y la Comunicación) y las TACs, (Tecnologías del aprendizaje y el conocimiento), constituyendo un recurso didáctico que nos ofrece amplios beneficios para el alumno/a:

1. Desarrollan la iniciativa en sus investigaciones
2. Favorecen la autonomía y autoaprendizaje
3. Mejora la interacción con los compañeros/as
4. Aumenta la motivación
5. Facilitan el aprendizaje significativo
6. Permite el acceso a múltiples recursos educativos

Podemos citar, entre los múltiples recursos educativos a utilizar, los siguientes plataformas educativas:

1. Moodle: Aplicación en la que alumnado y profesorado se pueden conectar a cualquier hora, donde se pueden subir documentos, entregar tareas, participar en foros..
2. Kahoot: Aplicación en la que se crean preguntas con posibles respuestas y el alumnado puede responder desde su ordenador o teléfono móvil, constituye un aprendizaje basado en el juego, altamente motivador para el alumnado y muy útil para el profesorado ya que nos sirve para detectar los conocimientos de partida del alumnado.

En la utilización de estas plataformas o aplicaciones educativas es importante tener en cuenta la Normativa de Protección de Datos que afectan a la actividad de los centros educativos. Además de seguir las líneas de actuación pedagógicas marcadas por el Proyecto Educativo de Centro.

#### 7.5.- Agrupamientos

-Nuestro módulo no necesita una especial distribución del aula. A su vez, el aula cuenta con otras mesas dotadas de ordenadores conectados a internet, donde cada uno de los alumnos y alumnas tienen el suyo propio, esto facilita la impartición de las clases cuando se tenga que desarrollar las actividades previstas.

-Supone un factor esencial en el proceso de aprendizaje la interacción entre los alumnos/as, ya que favorece la socialización, tiene efectos positivos en el desarrollo intelectual e incrementa la motivación del alumnado.

-Según las actividades que realicemos, los agrupamientos serán los siguientes:

- En las actividades iniciales, de conocimientos previos y la obtención de conclusiones: se realizarán en gran grupo.

	<p style="text-align: center;"><b>PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO</b> COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE</p>	<p style="text-align: right;">Página 27 de 45</p>
--	--	---

- En la realización de ejercicios puntuables, pruebas escritas y actividades de consolidación: serán individuales.
- En la realización de ejercicios de carácter práctico y actividades de ampliación: se permitirá el trabajo en pequeños grupos de 2 ó 3 alumnos/as.
- El trabajo en pequeños grupos se utilizará cuando los objetivos que busquemos sean favorecer la destreza y actitud cooperativa, así como desarrollar la responsabilidad de los mismos.

### 7.6.- Actividades de enseñanza-aprendizaje

A través de la realización de las actividades de enseñanza-aprendizaje puede desarrollarse lo programado en las unidades didácticas, ya sea de forma individual o en grupo. A través de estas actividades se busca fomentar la **iniciativa** del alumnado y favorecer el proceso de **autoaprendizaje**; así como facilitar la conexión del aula con el mundo real y de forma particular con el mundo laboral.

Las actividades se complementarán con **explicaciones** de las unidades por el **profesor**, bien leyendo y clarificando conceptos y/o con la ayuda de esquemas o mapas conceptuales; así como con la realización de resúmenes por parte del alumnado en algunos de los temas.

Según el momento del proceso de enseñanza-aprendizaje en el que nos encontremos y con el fin de conseguir los objetivos y capacidades necesarias, vamos a agrupar estas actividades en los siguientes tipos:

- Actividades de introducción-motivación, al comienzo de cada unidad didáctica se propondrá una actividad inicial de introducción que sirva para motivar al alumnado sobre el tema a tratar en la unidad. Puede tratarse de un recorte periodístico, un artículo o una lectura relacionado con la unidad. Conseguir que el alumno/a se esfuerce requiere una motivación; motivación y aprendizaje están relacionados ya que cuanto más se motiva al alumnado más quiere aprender éste y cuanto más aprende mayor es su motivación.
- Actividades de conocimientos previos, que nos permitan partir del nivel de desarrollo del alumnado y que podrían realizarse de forma conjunta a las actividades de introducción-motivación. Entre las actividades a plantear pueden encontrarse:
  - Brainstorming, en el que el alumnado exprese con sus propias palabras sus conocimientos acerca de algunos términos y situaciones que van a estudiarse a lo largo de la unidad.
  - Debates en los que los alumnos/as comenten aspectos relativos a la unidad.
  - Lectura de un texto de carácter didáctico elaborado por el profesor o de revistas especializadas, en el que aparezcan los principales contenidos del tema, de forma que el alumnado identifique aquellos términos que se desconocen.
  - Kahoot, con este juego educativo crearemos cuestionarios de evaluación y servirá al alumnado para aprender o reforzar el aprendizaje.

- Actividades de desarrollo, son actividades que permitan realizar un seguimiento acerca de la asimilación de conceptos por parte del alumnado. (graduados en dificultad) Estas actividades se llevarán a cabo una vez expuestos los contenidos teóricos de la unidad y pueden consistir en la realización de esquemas, la elaboración de forma individual de supuestos prácticos y la realización de trabajos en grupo.
- Actividades de ampliación, que permitan ampliar los conocimientos adquiridos, como puede ser la investigación en páginas web relacionadas con los contenidos tratados o la lectura de artículos de revistas especializadas.
- Actividades de recapitulación y consolidación, que permitan integrar todos los conceptos estudiados, tales como realización de un resumen de los conceptos básicos, glosario de términos, confección de esquemas, elaboración de mapas conceptuales.
- Actividades de evaluación, que informarán sobre la consecución de las capacidades previstas y de la incidencia de la intervención pedagógica.
- Actividades de refuerzo, que permitan atender al alumnado con dificultades en el aprendizaje y que muestran dificultades para conseguir los objetivos planteados.
- Actividades de recuperación, permitirán atender a los alumnos/as que no han conseguido los resultados de aprendizaje previstos.

### 7.7.- Actividades complementarias y extraescolares

Al estar este módulo muy vinculado al mundo laboral, es conveniente que el alumnado visite centros y lugares de trabajo como actividades complementarias y extraescolares. Para ello, será necesario la coordinación con el equipo docente del departamento, a fin de que el alumnado visite aquellas empresas relacionadas con los estudios que está cursando, y compruebe la aplicación práctica de los contenidos.

Se realizará como actividad complementaria relacionada con el módulo, una visita al Parque Tecnológico de Málaga y a una **gran empresa** de la provincia, siempre que las circunstancias lo permitan.

## 8.-RECURSOS

- Materiales didácticos:
  - **Libro de texto:** Comunicación empresarial y atención al cliente, de la editorial McGraw-Hill.
  - Carpeta de Documentos, correspondiente al Libro de texto (voluntario para el alumnado).
  - Documentos reales o fotocopiados proporcionados por el profesor.
  - Revistas especializadas relacionadas con el módulo o con el perfil profesional del ciclo formativo, tipo :“Emprendedores”, “Capital”, “Expansión”...



	<p style="text-align: center;"><b>PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO</b> COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE</p>	<p>Página 29 de 45</p>
--	--	------------------------

- La propia programación, que estará a disposición del alumnado, así como, los criterios de evaluación y calificación que estarán expuestos en el tablón del aula.
- Programas informáticos e internet:
  - Página Web
  - Plataforma educativa **Moodle**
  - Presentaciones de PowerPoint.
- Recursos espaciales:
  - Pizarra de la clase.
  - Aula con ordenadores para todos los alumnos y conexión a Internet.
  - Ordenador de sobremesa conectado a cañón de proyección.

## 9.-ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

Antes de comenzar hablar sobre el tema en cuestión, hacemos mención a la ley que rige el sistema educativo español, la **LOE** Ley Orgánica de Educación Ley 2/2006 de 3 mayo, que en su Preámbulo dice que: “La educación es el medio más adecuado para construir la personalidad de los jóvenes, desarrollar al máximo sus capacidades, conformar su propia identidad personal y configurar su comprensión de la realidad.”

Por otra parte, la **LOMCE**, Ley Orgánica 8/2013 de 9 de diciembre, para la mejora de la calidad educativa, centra al alumnado en la razón de ser de la educación, siendo dirigido el aprendizaje a formar personas autónomas, críticas, con pensamiento propio.

El art.113.2 de la **LEA** establece que se considera alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo, aquel que presenta necesidades educativas especiales debidas a diferentes grados y tipos de capacidades personales de orden físico, psíquico, cognitivo o sensorial; el que, por proceder de otros países o por cualquier otro motivo, se incorpore de forma tardía al sistema educativo, así como, el alumnado que precise de acciones de carácter compensatorio. Además, se considera alumnado con necesidad específica de apoyo educativo, aquel que presenta altas capacidades intelectuales que le permitan seguir un mayor ritmo de aprendizaje.

Partiendo de estas ideas, podemos decir que la atención a la diversidad, es una necesidad que abarca a todas la etapas educativas y a todo el alumnado. Es decir, se trata de contemplar la diversidad de las alumnas y alumnos como principio y no como una medida que corresponde a las necesidades de unos pocos.

Se deberá dar respuesta a las diferentes capacidades, ritmos de aprendizaje, motivaciones e intereses, situaciones sociales, étnicas, de inmigración y de salud del alumnado, de manera integradora y normalizadora.



	<p style="text-align: center;"><b>PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO</b> COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE</p>	<p>Página 30 de 45</p>
--	--	------------------------

Y como medidas de atención a aplicar de forma general:

- Como hemos mencionado en la contextualización del grupo clase, tenemos un alumno con necesidades educativas especiales, este alumno tiene que faltar a clase o salirse de la clase debido a su enfermedad y a sus reiteradas hospitalizaciones, por tanto, las medidas a adoptar con el, será atenderlo por Moodle cada vez que falte, indicándole lo que hemos ido realizando en clase, además, se le cambiarán las fechas de los exámenes si es que no puede asistir a ellos.
- Con la evaluación inicial se ha detectado que existen distintos niveles, trataremos de atender de forma individualizada al alumnado con necesidades.
- Motivar e implicar a todo el alumnado en el trabajo cooperativo, donde el alumno/a trabaje en grupo e igualmente de forma autónoma, ya que en estos grupos se nombrará un jefe de grupo que será el que reparta el trabajo.
- Creación de grupos heterogéneos, donde el alumnado que presente problemas de comprensión pueda ser ayudado por otro que no presente dicha dificultad, de manera que de respuesta a los distintos ritmos de aprendizaje.
- Explicar pormenorizadamente los contenidos matemáticos básicos y procedimientos de cálculo.
- Fomentar el uso del diccionario, aunque no sea demandado por el alumno/a.
- Se les dará mas tiempo a la hora de realizar las actividades programadas en el aula, para atender a los distintos ritmos de aprendizaje.

## 10.-EVALUACIÓN

### 10.1.- Punto de partida: Consideraciones previas.

Es fundamental tener en cuenta las normas generales de ordenación de la evaluación establecidas en la **Orden de 29 de septiembre de 2010**, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía, que desarrolla lo siguiente:

- La evaluación de los aprendizajes del alumnado que cursa ciclos formativos será **continua** y se realizará por módulos profesionales.

- La aplicación del proceso de evaluación continua del alumnado requerirá, en la modalidad presencial, su **asistencia regular a clase** y su participación en las actividades programadas para los distintos módulos profesionales del ciclo formativo.
- La evaluación del alumnado será realizada por el profesorado, de acuerdo con los resultados de aprendizaje, los criterios de evaluación y contenidos de cada módulo profesional, así como las competencias y objetivos generales del ciclo formativo asociados a nuestro módulo. Por tanto, la **evaluación será criterial**, debido a que son los criterios de evaluación los que marcan si el alumnado ha conseguido alcanzar los resultados de aprendizaje.

De esta manera, el proceso de evaluación deberá dar respuesta a las siguientes cuestiones:

<b>¿Qué evaluar?</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La consecución de los resultados de aprendizaje y los criterios de evaluación del alumnado.</li> <li>- Nuestra práctica docente.</li> <li>- La programación didáctica</li> </ul>
<b>¿Cuándo evaluar?</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Evaluación inicial.</li> <li>- Evaluación formativa.</li> <li>- Evaluación final.</li> </ul>
<b>¿Cómo evaluar?</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>El proceso de aprendizaje:</i> De manera continuada, objetiva, formativa y sumativa, a través de procedimientos, técnicas e instrumentos de evaluación.</li> <li>- <i>El proceso de enseñanza:</i> a través de instrumentos específicos que nos permitan obtener los datos necesarios para una mejora continua.</li> </ul>

## 10.2.- Evaluación del proceso de aprendizaje: La evaluación del alumnado.

La evaluación será formativa, continua, integral, individualizada y orientadora.

### **¿CUÁNDO EVALUAR?**

**Evaluación inicial:** Como indica la Orden de evaluación, durante el primer mes desde el comienzo del periodo lectivo, el profesorado realizará una evaluación inicial con el objetivo de indagar sobre las características y el nivel de competencias que presenta el alumnado en relación con los resultados de aprendizaje y contenidos de las enseñanzas que va a cursar.

	<p style="text-align: center;"><b>PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO</b> COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE</p>	<p>Página 32 de 45</p>
--	--	------------------------

Permitirá tomar conciencia del punto de partida del alumnado y adecuar la planificación de mi actividad docente, de la metodología a aplicar y de las posibles medidas de atención a la diversidad que se tengan que adoptar, como hemos mencionado anteriormente.

**Evaluación continua:** La Orden de evaluación establece que la evaluación debe ser continua, por tanto, el alumnado debe asistir regularmente a clase, de manera que si el alumnado falta más del 20% de forma tanto justificada como injustificada, perderá el derecho a la evaluación continua. Siendo la calificación final el resultado del trabajo diario del alumno/a a lo largo de todo el curso y no solo el resultado de un examen. La evaluación continua no quiere decir que todos los días haya que evaluar al alumno/a, pero sí que sea un proceso constante.

**Evaluación formativa:** Este procedimiento nos aportará información para saber si el progreso del alumno es adecuado o no, ver si el alumnado está consiguiendo los resultados de aprendizaje previstos o si por el contrario tienen dificultades que hacen que no los alcancen, introduciéndose en caso negativo las modificaciones necesarias en el proceso de enseñanza aprendizaje para corregirlo.

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

En el primer curso, que es donde se encuadra nuestro módulo, se realizarán tres sesiones de evaluación parcial (donde se indicará la calificación numérica de 1 a 10 de cada alumno/a). Además, se llevará a cabo una sesión de evaluación inicial y una sesión de evaluación final.

### 10.3.-Criterios de evaluación.

#### **¿QUÉ EVALUAR?**

Los **criterios de evaluación** serán en todo momento el referente fundamental para realizar la evaluación del alumnado, describen aquello que se quiere valorar y que el alumnado debe lograr y que nos permitirán comprobar en qué grado y nivel se han alcanzado los Resultados de Aprendizaje del módulo, para evaluar dichos criterios se utilizarán distintas técnicas e instrumentos de evaluación.

Los criterios de evaluación son los establecidos en el Anexo I de la Orden de 21 de febrero de 2011 donde se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico en Gestión Administrativa

	<p align="center"><b>PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO</b> COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE</p>	<p align="right">Página 33 de 45</p>
--	---	--------------------------------------

RESULTADOS DE APRENDIZAJE/ CRITERIOS DE EVALUACIÓN	Ponderación de criterios
<b>RA.1 Selecciona técnicas de comunicación, relacionándolas con la estructura e imagen de la empresa y los flujos de información existentes en ella. 10% de la nota final</b>	
a) Se ha reconocido la necesidad de comunicación entre las personas.	10%
b) Se ha distinguido entre comunicación e información.	10%
c) Se han distinguido los elementos y procesos que intervienen en la comunicación.	10%
d) Se han reconocido los obstáculos que pueden existir en un proceso de comunicación.	10%
e) Se ha determinado la mejor forma y actitud a la hora de presentar el mensaje	10%
f) Se han identificado los conceptos de imagen y cultura de la empresa	10%
g) Se han diferenciado los tipos de organizaciones y su organigrama funcional.	10%
h) Se han distinguido las comunicaciones internas y externas y los flujos de información dentro de la empresa.	20%
i) Se ha seleccionado el destinatario y el canal adecuado para cada situación	10%
<b>RA2. Transmite información de forma oral, vinculándola a los usos y costumbres socioprofesionales habituales en la empresa. 20% de la nota final</b>	
a) Se han identificado los principios básicos a tener en cuenta en la comunicación verbal.	10%
b) Se ha identificado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales	10%
c) Se han tenido en cuenta las costumbres socioculturales y los usos empresariales.	10%
d) Se ha identificado al interlocutor, observando las debidas normas de protocolo, adaptando su actitud y conversación a la situación de la que se parte	10%
e) Se ha elaborado el mensaje verbal, de manera concreta y precisa, valorando las posibles dificultades en su transmisión	10%
f) Se ha utilizado el léxico y expresiones adecuados al tipo de comunicación y a los interlocutores.	10%

	<p style="text-align: center;"><b>PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO</b> COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE</p>	<p style="text-align: right;">Página 34 de 45</p>
--	--	---

g) Se ha presentado el mensaje verbal elaborado utilizando el lenguaje no verbal más adecuado.	10%
h) Se han utilizado equipos de telefonía e informáticos aplicando las normas básicas de uso.	10%
i) Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y sensibilidad	10%
j) Se han analizado los errores cometidos y propuesto las acciones correctivas necesarias	10%
<b>RA.3 Transmite información escrita, aplicando las técnicas de estilo a diferentes tipos de documentos propios de la empresa y de la Administración Pública 20% de la nota final</b>	
a) Se han identificado los soportes para elaborar y transmitir los documentos: tipo de papel, sobres y otros.	9,09%
b) Se han identificado los canales de transmisión: correo convencional, correo electrónico, fax, mensajes cortos o similares.	9,09%
c) Se han diferenciado los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad, y confidencialidad.	9,09%
d) Se ha identificado al destinatario observando las debidas normas de protocolo.	9,09%
e) Se han clasificado las tipologías más habituales de documentos dentro de la empresa según su finalidad.	9,09%
f) Se ha redactado el documento apropiado, cumpliendo las normas ortográficas y sintácticas en función de su finalidad y de la situación de partida.	9,09%
g) Se han identificado las herramientas de búsqueda de información para elaborar la documentación.	9,09%
h) Se han utilizado las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos o autoedición	9,09%
i) Se han cumplimentado los libros de registro de entrada y salida de correspondencia y paquetería en soporte informático y/o convencional.	9,09%
j) Se ha utilizado la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos establecidos para las empresas e instituciones públicas y privadas	9,09%
k) Se han aplicado, en la elaboración de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).	9,10%
<b>4. Archiva información en soporte papel e informático, reconociendo los criterios de eficiencia y ahorro en los trámites administrativos. 10% de la nota final</b>	

	<p align="center"><b>PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO</b> COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE</p>	<p align="right">Página 35 de 45</p>
--	---	--------------------------------------

a) Se ha descrito la finalidad de organizar la información y los objetivos que se persiguen.	10%
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	10%
c) Se han identificado los soportes de archivo y registro y las prestaciones de las aplicaciones informáticas específicas más utilizadas en función de las características de la información a almacenar	10%
d) Se han identificado las principales bases de datos de las organizaciones, su estructura y funciones	10%
e) Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiados al tipo de documentos.	10%
f) Se han realizado árboles de archivos informáticos para ordenar la documentación digital	10%
g) Se han aplicado las técnicas de archivo en los intercambios de información telemática (intranet, extranet, correo electrónico)	10%
h) Se han reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación y detectado los errores que pudieran producirse en él	10%
i) Se han respetado los niveles de protección, seguridad y acceso a la información, así como la normativa vigente tanto en documentos físicos como en bases de datos informáticas.	10%
j) Se han aplicado, en la elaboración y archivo de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).	10%
<b>R.A.5. Reconoce necesidades de posibles clientes aplicando técnicas de comunicación. 5% de la nota final</b>	
a) Se han desarrollado técnicas de comunicación y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente en situaciones de atención/asesoramiento al mismo.	10%
b) Se han identificado las fases que componen el proceso de atención al cliente/consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación	20%
c) Se han reconocido los errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente.	10%
d) Se ha identificado el comportamiento del cliente.	10%

	<p style="text-align: center;"><b>PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO</b> COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE</p>	<p>Página 36 de 45</p>
--	--	------------------------

e) Se han analizado las motivaciones de compra o demanda de un servicio del cliente.	10%
f) Se ha obtenido, en su caso, la información histórica del cliente.	10%
g) Se ha adaptado adecuadamente la actitud y discurso a la situación de la que se parte.	10%
h) Se ha observado la forma y actitud adecuadas en la atención y asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado.	10%
i) Se han distinguido las distintas etapas de un proceso comunicativo.	10%
<b>RA. 6 Atiende consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes aplicando la normativa vigente en materia de consumo. 20% de la nota final</b>	
a) Se han descrito las funciones del departamento de atención al cliente en empresas.	10%
b) Se ha interpretado la comunicación recibida por parte del cliente.	10%
c) Se han identificado los elementos de la queja/reclamación.	10%
d) Se han reconocido las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/reclamaciones.	10%
e) Se ha identificado y localizado la información que hay que suministrar al cliente	10%
f) Se han utilizado los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones.	10%
g) Se ha cumplimentado, en su caso, un escrito de respuesta utilizando medios electrónicos u otros canales de comunicación.	10%
h) Se ha reconocido la importancia de la protección del consumidor	10%
i) Se ha identificado la normativa en materia de consumo.	10%
j) Se han diferenciado los tipos de demanda o reclamación	10%
<b>RA.7Potencia la imagen de empresa reconociendo y aplicando los elementos y herramientas del marketing. 5% de la nota final</b>	
a) Se ha identificado el concepto de marketing.	15%
b) Se han reconocido las funciones principales del marketing	15%
c) Se ha valorado la importancia del departamento de marketing.	10%



	<p align="center"><b>PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO</b> COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE</p>	<p align="right">Página 37 de 45</p>
--	---	--------------------------------------

d) Se han diferenciado los elementos y herramientas básicos que componen el marketing	20%
e) Se ha valorado la importancia de la imagen corporativa para conseguir los objetivos de la empresa	15%
f) Se ha valorado la importancia de las relaciones públicas y la atención al cliente para la imagen de la empresa.	15%
g) Se ha identificado la fidelización del cliente como un objetivo prioritario del marketing.	10%
<b>R.A. 8 Aplica procedimientos de calidad en la atención al cliente identificando los estándares establecidos. 10% de la nota final</b>	
a) Se han identificado los factores que influyen en la prestación del servicio al cliente.	10%
b) Se han descrito las fases del procedimiento de relación con los clientes	10%
c) Se han descrito los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio.	10%
d) Se ha valorado la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos	10%
e) Se han detectado los errores producidos en la prestación del servicio.	10%
f) Se ha aplicado el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas	10%
g) Se ha explicado el significado e importancia del servicio post-venta en los procesos comerciales.	10%
h) Se han definido las variables constitutivas del servicio post-venta y su relación con la fidelización del cliente.	10%
i) Se han identificado las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio postventa	10%
j) Se han descrito los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio post-venta, así como sus fases y herramientas.	10%

#### 10.4.- Técnicas e instrumentos de evaluación

#### ¿CÓMO EVALUAR?

	<p style="text-align: center;"><b>PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO</b> COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE</p>	<p>Página 38 de 45</p>
--	--	------------------------

Para proceder a la calificación de cada una de las evaluaciones parciales y expresarlo con una nota numérica, se establecerá una media ponderada de las distintas calificaciones obtenidas, de las evidencias y registros reunidos aplicando los diferentes instrumentos de evaluación que describimos a continuación:

TÉCNICAS DE EVALUACIÓN	INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN
Pruebas específicas	Pruebas orales o escritas (tipo test, preguntas cortas, resolución de problemas)
Ejercicios prácticos	-Tareas y actividades planteadas. -Trabajos de investigación, individuales o grupales. -Mapas conceptuales. -Presentaciones orales. -Esquemas, resúmenes.
Observación sistemática	Rúbrica sobre motivación, participación, interés y esfuerzo mostrado.

Para finalizar el proceso de enseñanza-aprendizaje, se procederá a la evaluación del mismo, siguiendo los criterios establecidos en la **orden de 29 de septiembre de 2010**.

La evaluación será continua y tendrá en cuenta el progreso del alumno/a respecto a la formación adquirida en el módulo, para lo cual se requiere la asistencia regular a clase y la realización de las actividades programadas.

Para la evaluación de los aprendizajes de los alumnos/as se tendrán en cuenta los resultados de aprendizaje, como expresión de los resultados que deben ser alcanzados por los alumnos/as en el proceso de enseñanza-aprendizaje, y los criterios de evaluación del módulo como referencia del nivel aceptable de esos resultados; y también se tendrán en cuenta los objetivos generales que figuran en el decreto.

Los principales instrumentos en los que se basará el profesor/a para valorar y calificar a los alumnos/as han sido descritos detalladamente en el desarrollo de los resultados de aprendizaje (apartado 10.3), si bien hay que destacar que todos ellos se pueden clasificar en:

- **Trabajo de clase (20%):** Se valorará el trabajo diario en clase, a cuyo fin los alumnos llevarán un dossier de apuntes, ejercicios y una unidad externa de almacenamiento para las prácticas que se irán realizando durante curso, llevándose a cabo un seguimiento y valoración de los mismos, por lo que la asistencia a clase es necesaria, ya que deberán haber resuelto la mayoría de los ejercicios propuestos en clase para el correcto aprendizaje de las unidades, su comprensión y asimilación. En este apartado también se valora el aprovechamiento del tiempo en clase, la participación.

- **Actividades propuestas a entregar (30%):** En la fecha o fechas que se determinen a lo largo del curso, el/la estudiante deberá presentar las prácticas realizadas en la forma que el profesor solicite. Estas prácticas llevarán su rúbrica correspondiente y serán valoradas del 0 al 10. Las prácticas no entregadas no serán computadas en la nota. Estas actividades quedan detalladas en los cuadros del apartado 10.2, y además destacar que cada actuación señalada como 1.1; 1.2, etc., podrá llevarse a cabo con más de una actividad en cuyo caso cada una de ellas tendrá el valor correspondiente teniendo en cuenta una valoración equitativa.
- **Pruebas teórico prácticas y/o trabajos (50%):** En cada evaluación se podrán realizar una o varias pruebas objetivas de tipo teórico, práctico o teórico-práctico.

**Importante resaltar que para que el módulo sea superado habrá que sacar, al menos, un 5 (sobre 10) en cada uno de los grupos de actividades o pruebas antes descritas. La media ponderada se hará solo en caso de que en los tres apartados el alumno o alumna obtenga, al menos, el 50% de la puntuación de ese apartado.**

Otro detalle importante es que dentro de un mismo grupo de actividades se podrán realizar varias actuaciones educativas, las cuales tendrán un peso proporcional al número de ellas; por ejemplo, si son dos los exámenes realizados para un mismo resultado de aprendizaje, cada uno tendrá un valor de un 50%. Esta medida solo tendrá lugar cuando se trate de un mismo Resultado de Aprendizaje.

### 10.5.-Criterios e instrumentos de calificación.

#### ¿CÓMO CALIFICAR?

- La calificación de cada resultado de aprendizaje vendrá determinada por la sumatoria del peso asignado a cada uno de sus criterios de evaluación que conforman el resultado de aprendizaje.
- Un RA con sus criterios de evaluación, puede abarcar varias unidades didácticas, por tanto, habrá que superar todas las unidades que afectan a ese RA, para obtener una calificación positiva.
- El alumnado obtendrá una calificación positiva en cada una de las evaluaciones parciales siempre que supere cada uno de los resultados de aprendizaje asociados a misma, es decir, al menos un valor numérico de 5 en cada uno de ellos.
- Si el alumnado superase todos los resultados de aprendizaje, la calificación final del módulo vendría determinada por la sumatoria del peso asignado a cada uno de los resultados de aprendizaje que en nuestro caso le hemos asignado un 20% a cada uno de los 5 Resultados de Aprendizaje.

	<p style="text-align: center;"><b>PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO</b> COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE</p>	<p style="text-align: right;">Página 40 de 45</p>
--	--	---

- Se utilizarán diferentes instrumentos de evaluación para comprobar si se superan los criterios de evaluación,
- El alumnado que no supere un resultado de aprendizaje deberá acudir al proceso de refuerzo de junio y recuperar dichos resultados.
- La calificación final se establecerá mediante la media aritmética de las calificaciones de los resultados de aprendizaje superados durante el curso, junto con los alcanzados en el proceso de refuerzo.
- A lo largo de cada unidad didáctica se realizarán multitud de actividades y ejercicios prácticos, parte de ellos se resolverán en clase y otra parte se harán fuera del aula, para su posterior entrega, unas veces en papel y otras veces a través de la plataforma Moodle.
- De todas las unidades se realizarán pruebas objetivas sobre los contenidos conceptuales y procedimentales, bien de manera escrita u oral.
- Consideraciones sobre las actividades vinculadas al RA 3: *Transmite información escrita, aplicando las técnicas de estilo a diferentes tipos de documentos propios de la empresa y de la Administración Pública.*

Con el fin de alcanzar este resultado de aprendizaje, y después de una evaluación inicial en la que se detectan en el 100% del alumnado la *falta de comprensión lectora y de expresión* escrita, se desarrollarán en el primer trimestre una serie de actividades para localizar, comprender, interpretar, valorar o transformar la información. Así como adquirir las competencias necesarias para comunicar ideas por escrito frente a un tema de dominio público que no requiera de conocimientos especializados.

Los niveles de competencia a alcanzar son tres:

- ✓ 1<sup>er</sup> nivel de competencia: capacidad de escribir un texto cohesionado, es decir, la habilidad de escribir frases, oraciones y párrafos que tengan sentido y comuniquen un significado claro.  
Un texto cohesionado debe utilizar:
  - Lenguaje adecuado.
  - Redacción correcta
  - Signos de puntuación y correctores lógicos, apropiados a la hora de unir los diferentes párrafos y oraciones.
  - Frases con sentido.
- ✓ 2<sup>o</sup> nivel de competencia: consiste en la capacidad de escribir un texto coherente sobre el tema dado, es decir, la capacidad de escribir frases, oraciones y párrafos que estén relacionados entre sí para darle sentido y significado al texto.  
Un texto cohesionado no debe incluir ideas repetitivas, ambiguas o ajenas al tema tratado y no debe ser contradictorio.
- ✓ 3<sup>er</sup> nivel de competencia: consiste en la capacidad de escribir un texto que desarrolla y argumenta una posición estructurada frente al tema dado. Es decir,

	<p style="text-align: center;"><b>PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO</b> COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE</p>	<p>Página 41 de 45</p>
--	--	------------------------

la capacidad de organizar razones, ideas y ejemplos en oraciones, frases y párrafos ordenados para defender una tesis.

Un buen texto argumentativo debe ser:

- Ordenado
- Tener un planteamiento que incluya:
  - Inicio
  - Desarrollo
  - Conclusión.
- Y debe incluir argumentos que efectivamente apoyen la tesis principal.

Estos tres niveles de competencia se evaluarán por medio de la producción de un texto argumentativo que debe defender una posición. Generalmente se incluye un pequeño párrafo con información sobre el tema y se presenta una pregunta abierta para que el alumnado, a partir de ahí, defienda su propio punto de vista. Como instrumento de evaluación se utilizarán rúbricas que contemplarán:

- Responde a la pregunta planteada.
- Planteamiento con argumentos que la justifican:
  - Ortografía
  - Gramática
  - Redacción
- Ideas claras

#### 10.6.- Plan de refuerzo para alumnos/as que no hayan superado alguna de las evaluaciones parciales.

Según el artículo 12 de la Orden de 29 de septiembre de 2010 sobre la evaluación de la Formación Profesional Inicial, “el alumnado de primer curso de oferta completa que **tenga módulos profesionales no superados mediante evaluación parcial, o desee mejorar los resultados obtenidos**, tendrá obligación de asistir a clases y continuar con las actividades lectivas hasta la fecha de finalización del régimen ordinario de clase que no será anterior al día 22 de junio de cada año”.

Durante este período, se deberán realizar por parte del alumnado, todas las actividades propuestas por el profesorado necesarias para conseguir la superación de los resultados de aprendizaje y, en concreto, únicamente de aquellos criterios de evaluación no conseguidos.

Se realizarán actividades, teniendo en cuenta, las necesidades y dificultades del alumnado, del siguiente tipo:

- Repaso de las unidades didácticas.
- Explicación de casos prácticos con más dificultades para el alumnado.



- Realización y revisión de casos prácticos y ejercicios.
- Facilitación de resúmenes y esquemas con los contenidos básicos de las unidades.
- Las actividades se concretan de la siguiente manera:
  - Durante la 1ª semana se repasarán los temas estudiados en el primer trimestre,
  - Durante la 2ª semana se repasarán los temas estudiados en el segundo trimestre,
  - Durante la 3ª semana se repasarán los temas estudiados en el tercer trimestre,

*No obstante, estas clases se organizarán también en función del alumnado que asiste a las mismas y de sus necesidades. Se incidirá en aspectos que, de forma general, el alumnado tenga más dificultad y se atenderá a cada alumno/a con ejercicios de refuerzo de acuerdo a sus necesidades.*

#### **10.7.- Plan de mejora para alumnos/as que hayan superado todas las evaluaciones parciales y deseen mejorar sus resultados.**

El alumnado que se presentan al plan de mejora ya han alcanzado los resultados de aprendizaje del módulo y han conseguido un nivel aceptable en los criterios de evaluación, por lo que los instrumentos de evaluación deberán reflejar una mayor exigencia que los aplicados durante las evaluaciones parciales. Las técnicas e instrumentos de evaluación que vamos a aplicar son:

<b>TÉCNICAS DE EVALUACIÓN</b>	<b>INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN</b>
Prueba específica	Prueba escrita única tomando como referente todos los resultados de aprendizaje del módulo.
Ejercicios prácticos	Supuesto práctico global.
Observación sistemática	Rúbrica sobre motivación, participación, interés y esfuerzo mostrado durante el plan de mejora.

Por otro lado, si un alumno/a se presenta al período de mejora, para aumentar su calificación, y obtiene una mejor calificación en alguno de los resultados de aprendizaje que ha obtenido durante el curso, la calificación final será aplicando la mayor calificación. En ningún caso, la realización del proceso de mejora supondrá una disminución de la calificación inicialmente obtenida durante el curso.

#### **10.8.- Evaluación del proceso de enseñanza.**

Como hemos comentado en párrafos anteriores, es necesario, no solo evaluar al alumnado, sino también evaluar nuestra propia actuación como docente. Debemos reflexionar sobre aspectos tales como:

	<p style="text-align: center;"><b>PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO</b> COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE</p>	<p>Página 43 de 45</p>
--	--	------------------------

- Cumplimiento de la programación.
- Clima de la clase.
- Adecuación de las metodologías empleadas.
- Organización de los materiales, espacios y tiempos.
- Técnicas e instrumentos de evaluación.





Tiene especial importancia en la evaluación del proceso de enseñanza aprendizaje, el análisis de los resultados del alumnado en cada evaluación parcial, y en caso de ser necesario, se deberán adoptar las medidas oportunas para una mejora continua, de forma que introduciremos las mejoras necesarias en nuestra programación, tratando de hacerla lo más coherente y adecuada como nos sea posible.

## 11.- CONCLUSIÓN

La programación didáctica es una herramienta muy útil, dinámica y flexible, para dar la mejor respuesta educativa a las necesidades del alumnado, si nuestra labor docente la queremos culminar con éxito, será necesario planificar nuestra actividad, evitar la improvisación y anticiparnos a los imprevistos y como señala Gimeno Sacristán, la programación debe ser una fuente permanente de autocrítica y perfeccionamiento.

## 12.-BIBLIOGRAFÍA

### Referencias legislativas:

- **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. 
- El **Real Decreto 1631/2009**, de 30 octubre, por el que se establece el título de Técnico en Gestión Administrativa y se fijan sus enseñanzas 
- **Orden de 21 de febrero de 2011**, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico en Gestión Administrativa. 

### Referencias bibliográficas:

- Libro de texto: Comunicación empresarial y atención al cliente, S. McGrawHill. 2014.

### Referencias web:

- Artículos de prensa:
  - [www.elmundo.es](http://www.elmundo.es)



	<p style="text-align: center;"><b>PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO</b> COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE</p>	<p>Página 44 de 45</p>
--	--	------------------------

- [www.elpais.com](http://www.elpais.com)
- [www.expansion.com](http://www.expansion.com)
- [www.cincodias.com](http://www.cincodias.com)
- [www.emprendedores.es](http://www.emprendedores.es)

### 13.- AUTOEVALUACIÓN DE LA PRÁCTICA DOCENTE

Los departamentos realizarán una autoevaluación de la práctica docente de cada uno de los miembros según modelo previamente aprobado en ETCP y consensuado por todos los miembros del claustro.

### **ANEXO I:**

### **ADAPTACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN CASO DE SUSPENSIÓN DE CLASES PRESENCIALES**

#### **Introducción**

Ante la posibilidad de que se produzca la suspensión de la docencia presencial, se adaptará la programación para la enseñanza telemática, siendo necesario establecer adaptaciones en el marco de la organización del currículo con el fin de garantizar la continuidad académica del alumnado.

Para ello, tendremos en cuenta la **Instrucción 10/2020**, de 15 de junio, de la Dirección General de Ordenación y Evaluación Educativa, relativa a las medidas educativas a adoptar en los centros docentes andaluces que imparten enseñanzas de régimen general. Y la **Instrucción 15 de junio de 2020**, de la Dirección General de **Formación Profesional**, relativa a las medidas educativas que adoptar para las enseñanzas de Formación Profesional.

#### **Temporalización y contenidos:**

En caso de confinamiento, la temporalización será modificada, adaptándola al tiempo que se permanezca sin clases presenciales y los **contenidos** a alcanzar serán **los mínimos**.

#### **Metodología:**

La metodología a emplear en caso de confinamiento (telemática), se realizará de la siguiente manera:

- Uso de la plataforma **Moodle**, como principal medio para la comunicación con el alumnado, y como vías secundarias otras plataformas como jit.si o zoom, además de Drive y correo electrónico.
- Se favorecerá la implicación del alumnado en su propio aprendizaje, se fomentará el aprendizaje autónomo y la iniciativa personal. El alumnado obtendrá en todo momento la **retroalimentación** necesaria a través de Moodle, teniendo en cuenta los distintos ritmos de aprendizaje y la atención a la diversidad.



- De las 5 horas semanales que conforman este módulo, se realizará 1 hora con videoconferencia a través de la plataforma **Moodle**. Las 4 horas restantes serán con trabajos y ejercicios adaptados a la no presencialidad, que se facilitarán a través de la plataforma, el alumnado los entregará y serán calificados, todo a través de Moodle ( en caso de problemas con la plataforma Moodle, se utilizará la plataforma Drive o correo electrónico).
- A través de la plataforma Moodle, se plantearán distintos **tipos de actividades** utilizando los recursos (cuestionarios, foros, tareas, videoconferencias...), que ofrece esta plataforma, de forma que el alumnado elabore trabajos sobre algún tema, fotos de las actividades que ha realizado en su cuaderno de trabajo, archivos de audio, vídeos explicativos que realicen para exponer un tema, presentaciones en cualquier formato...

### **Evaluación**

*Según el RD Ley 31/2020 de 29 de septiembre, por el que se adoptan medidas urgentes en el ámbito de la educación no universitaria, en su Artículo 10 sobre **Criterios de evaluación**, promoción y titulación en Formación Profesional: Las administraciones educativas, en el ámbito de sus competencias, podrán aplicar las siguientes medidas para la evaluación, promoción y titulación en la Formación Profesional:*

*a) Autorizar la modificación de los criterios de evaluación previstos para cada módulo profesional de acuerdo con las adaptaciones metodológicas que haya sido preciso realizar.*