I.E.S. CIUDAD DE HERCULES
Chiclana de la Frontera

DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO

CURSO ACADÉMICO: 2023 / 2024

FAMILIA PROFESIONAL: Administración y Gestión

TÍTULO DEL CICLO FORMATIVO: Técnico en Gestión Administrativa

PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO: Comunicación Empresarial y Atención al Cliente

PROFESORES DEL MÓDULO: Inmaculada Díaz García y Elena Millán Gata

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN 3

Referencia normativa 3

2. ANÁLISIS DEL CONTEXTO 4

Entorno socioeconómico 4

Centro 4

3. COMPETENCIAS Y OBJETIVOS GENERALES DEL MÓDULO 5

Competencias profesionales, personales y sociales 5

Objetivos generales 5

4. RESULTADOS DE APRENDIZAJES Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN 10

5. CONTENIDOS 15

Secuenciación de contenidos y distribución temporal 15

Tratamiento de temas transversales/Educación en valores 24

6. METODOLOGÍA 25

Estrategias metodológicas 26

Actividades de Enseñanza Aprendizaje 27

7. EVALUACIÓN 28

Momentos o tipos de Evaluación 28

Relación entre unidades didácticas, resultados de aprendizajes y Criterios de Evaluación 29

Criterios de Calificación 29

Calificación de las evaluaciones parciales 30

Calificación en la evaluación final 30

Técnicas e instrumentos de evaluación 30

8. RECUPERACIÓN 31

Sistema de recuperación de evaluaciones pendientes..... 31

Plan de mejora para alumnos/as que hayan superado todas las evaluaciones trimestrales y deseen mejorar sus resultados 32

9 RECURSOS DIDÁCTICOS Y MATERIALES 32

Recursos del Centro 32

Recursos del alumnado..... 32

10 ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD 32

11 PLAN DE LECTURA 33

12 ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES 34

13 EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO DE LA PROGRAMACIÓN 34

ANEXOS

ANEXO I. SECUENCIACIÓN DE UNIDADES DIDÁCTICAS.

1. INTRODUCCIÓN

Módulo: **Comunicación Empresarial y Atención al Cliente.** **Código: 0437** **Curso: 2022/23**	
Familia profesional: **Administración y Gestión.**	**Ciclo: Gestión Administrativa** **Nivel: Grado medio** **Referente europeo: CINE-3** **Duración del Ciclo: 2.000 horas**
Departamento: Administrativo **Jefe de departamento: Juan Ignacio Seva Ferrándiz.**	
Profesores que imparte el módulo: **Inmaculada Díaz García** **Elena Millán Gata**	
Nº de horas a la semana: **5 horas**	Duración del módulo: **160 horas**

Referencia normativa

La presente programación se ha realizado siguiendo las directrices de:

-Ley Orgánica 3/2022, de 31 de marzo de ordenación e integración de la Formación profesional.

- Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación (LOE), modificada por la Ley Orgánica para la mejora de la Calidad Educativa 8/2013, de 9 de diciembre (LOMCE)

- Ley 17/2007, de 10 de diciembre de Educación en Andalucía (LEA)

- Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio, por el que se establece la ordenación general de la formación profesional.

- ***El Real Decreto 1631/2009***, de 30 de octubre, por el que se establece el título de Técnico en Gestión Administrativa y se fijan sus enseñanzas mínimas.

- ***Orden de 21 de febrero de 2011***, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico en Gestión Administrativa.

- La Orden de 29 de septiembre de 2010 por la que se regulan la evaluación, certificación, acreditación y titulación de la formación profesional inicial.

El **perfil profesional** del título de Técnico en Gestión Administrativa queda determinado por su competencia general, sus competencias profesionales, personales y sociales, y por la relación de cualificaciones y, en su caso, unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales incluidas en el título.

La **competencia general** 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.

2. ANÁLISIS DEL CONTEXTO

El último fin de la Formación Profesional consiste en la incorporación del alumnado a la vida laboral. Esto nos obliga a estar en contacto con las empresas de la zona, conocer el entorno socioeconómico, las características educativas y entorno social del alumnado.

El alumnado ejercerá su actividad tanto en grandes como medianas y pequeñas empresas, en cualquier sector de actividad, así como en AA.PP, ofreciendo apoyo administrativo en las tareas de administración y gestión de dichas empresas e instituciones y prestando atención a los clientes y ciudadanos.

Entorno Socioeconómico:

El centro IES Ciudad de Hércules se encuentra ubicado en una localidad donde mayoritariamente existen PYMES y un gran número de empresarios autónomos.

Las relaciones que se mantienen entre organismos, entidades públicas y privadas de la localidad y centro educativo son bastante positivas y con una larga trayectoria.

Centro:

Este centro recibe cada curso escolar alrededor de 1000 alumnos/as, oferta enseñanza secundaria obligatoria (ESO), bachiller en distintas modalidades y los ciclos de formación profesional “Administración y Finanzas” de grado superior, “Gestión Administrativa” de grado medio y “Servicios Administrativos” de Formación profesional básica.

3. COMPETENCIAS Y OBJETIVOS GENERALES DEL MÓDULO

Competencias profesionales, personales y sociales

Las competencias profesionales, personales y sociales de este módulo son las que se relacionan a continuación:

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

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

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

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

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

p) Participar en las actividades de la empresa con respeto y actitudes de tolerancia.

q) Adaptarse a diferentes puestos de trabajo y nuevas situaciones laborales, originados por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos.

r) Participar en el trabajo en equipo respetando la jerarquía definida en la organización.

Objetivos Generales

Para conseguir las competencias anteriores se han extraído, de los objetivos generales del Ciclo formativo "Gestión Administrativa", los que corresponden al módulo Comunicación empresarial y atención al cliente, y son los siguientes:

a) Analizar el flujo de información y la tipología y finalidad de los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa, para tramitarlos.
b) Analizar los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa, reconociendo su estructura, elementos y características para elaborarlos.
d) Analizar las posibilidades de las aplicaciones y equipos informáticos, relacionándolas con su empleo más eficaz en el tratamiento de la información para elaborar documentos y comunicaciones.
e) Realizar documentos y comunicaciones en el formato característico y con las condiciones de calidad correspondiente, aplicando las técnicas de tratamiento de la información en su elaboración.

f) Analizar y elegir los sistemas y técnicas de preservación de comunicaciones y documentos adecuados a cada caso, aplicándolas de forma manual e informática para clasificarlos, registrarlos y archivarlos.
ñ) Transmitir comunicaciones de forma oral, telemática o escrita, adecuándolas a cada caso y analizando los protocolos de calidad e imagen empresarial o institucional para desempeñar las actividades de atención al cliente/usuario.

Unidades de competencias asociadas al módulo

UC0975-2: Recepcionar y procesar las comunicaciones internas y externas.

UC0978_2: Gestionar el archivo en soporte convencional e informático.

UC0973_1* Introducir datos y textos en terminales informáticos en condiciones de seguridad, calidad y eficiencia.

* No es una UC asociada al módulo 0437, pero sí hay RA en el módulo que trabajan transversalmente dicha UC.

Los **contenidos básicos** para desarrollar la Unidad de Competencia y para que el alumnado pueda alcanzar las competencias y los objetivos que establecen las enseñanzas amparadas por la LOE son:

1. Selección de técnicas de comunicación empresarial:
   - Comunicación e información y comportamiento. Finalidad de la comunicación.
   - Elementos y barreras de la comunicación.
   - Criterios de empatía y principios básicos de la asertividad.
   - Las relaciones humanas y laborales en la empresa.
   - La organización empresarial. Organigramas. Conceptos 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.
     - Departamentamentalización por funciones, por clientes, geográfica, entre otros.
     - Áreas funcionales básicas.
   - Funciones del personal en la organización.
   - Descripción de los flujos de comunicación.
     - Comunicación ascendente, descendente y lateral.
   - La comunicación interna en la empresa: comunicación formal e informal.
   - La comunicación externa en la empresa. La publicidad y las relaciones públicas

2. Transmisión de comunicación oral en la empresa:

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

3. Transmisión de comunicación escrita en la empresa:

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

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

- Archivo de la información en soporte papel:
  - Clasificación y ordenación de documentos.
  - Clasificación de la información.
  - Criterios de clasificación. Sistemas de clasificación.
  - Normas de clasificación. Ventajas e inconvenientes.

- Técnicas de archivo: Naturaleza. Finalidad del archivo.
- Archivo de documentos. Captación, elaboración de datos y su custodia. Normas para el archivo.
- El libro de registro
- Sistemas de archivo. Convencionales. Por microfilme. Informáticos.
- Centralización o descentralización del archivo.
- El proceso de archivo.
- Confección y presentación de informes procedentes del archivo.
- La purga o destrucción de la documentación.
- Confidencialidad de la información y documentación.

- Archivo de la información en soporte informático:
  - Las bases de datos para el tratamiento de la información.
  - Estructura y funciones de una base de datos.
  - Procedimientos de protección de datos.
  - Archivos y carpetas. Identificación y organización
  - Organización en carpetas del correo electrónico y otros sistemas de comunicación telemática.

5. Reconocimiento de necesidades de clientes:

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

6. Atención de consultas, quejas y reclamaciones:

- El departamento de atención al cliente. Funciones.
- Valoración del cliente de la atención recibida: reclamación, queja, sugerencias, felicitación.
- Elementos de una queja o reclamación.
- Las fases de la resolución de quejas/reclamaciones.
- Gestión reactiva de las reclamaciones
  - Circuito de las reclamaciones.
  - Organización del departamento

- Gestión reactiva de las reclamaciones.
  - La anticipación de errores.
  - El seguimiento de los clientes perdidos
- El consumidor.
  - Derechos básicos.
  - Derechos específicos.
- Instituciones de consumo.
  - Instituciones públicas
  - Organismos privados.
  - Arbitraje
- Normativa en materia de consumo.
- Procedimiento de recogida de las reclamaciones y denuncias.
  - Recepción, registro y acuse de recibo
- Tramitación y gestión.
  - Tipos de demanda
  - La hoja de reclamaciones

7. Potenciación de la imagen de la empresa:

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

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

- La calidad de servicio como elemento de la competitividad de la empresa
  - Concepto, factores que influyen.
  - Actuación eficaz en el trato con el cliente.
  - Servicio posventa
- 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.

4. RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN DEL MÓDULO

U.D. 1: EMPRESA Y COMUNICACIÓN

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

Criterios de evaluación:

a) Se ha reconocido la necesidad de comunicación entre las personas.

b) Se ha distinguido entre comunicación e información.

c) Se han distinguido los elementos y procesos que intervienen en la comunicación.

d) Se ha reconocido los obstáculos que pueden existir en un proceso de comunicación.

e) Se ha determinado la mejor forma y actitud a la hora de presentar el mensaje.

f) Se han identificado los conceptos de imagen y cultura de la empresa.

g) Se han diferenciado los tipos de organizaciones y su organigrama funcional.

h) Se han distinguido las comunicaciones internas y externas y los flujos de información dentro de la empresa.

i) Se ha seleccionado el destinatario y el canal adecuado para cada situación.

U.D. 2: LA COMUNICACIÓN PRESENCIAL

RA2. Transmite información de forma oral vinculándola a los usos y costumbres socioprofesionales habituales en la empresa.

Criterios de evaluación:

a) Se han identificado los principios básicos que se deben tener en cuenta en la comunicación verbal.

b) Se ha identificado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales.

c) Se han tenido en cuenta las costumbres socioculturales y los usos empresariales.

d) Se ha identificado al interlocutor observando las debidas normas de protocolo, adaptando su actitud y conversación a la situación de la que se parte.
e) Se ha elaborado el mensaje verbal, de manera concreta y precisa, valorando las posibles dificultades en su transmisión.
f) Se ha utilizado el léxico y las expresiones adecuados al tipo de comunicación y a los interlocutores
g) Se ha presentado el mensaje verbal elaborado utilizando el lenguaje no verbal más adecuado.
i) Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y sensibilidad.

j) Se han analizado los errores cometidos y propuesto las acciones correctivas necesarias.

U.D. 3: COMUNICACIÓN TELEFÓNICA

RA2. Transmite información de forma oral vinculándola a los usos y costumbres socioprofesionales habituales en la empresa.

Criterios de evaluación:
b) Se ha identificado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales.
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.
h) Se han utilizado equipos de telefonía e informáticos aplicando las normas básicas de uso.

i) Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y sensibilidad.

j) Se han analizado los errores cometidos y propuesto las acciones correctivas necesarias.

U.D.4: COMUNICACIONES ESCRITAS

RA3. Transmite información escrita aplicando las técnicas de estilo a diferentes tipos de cartas comerciales propias de la empresa y de la Administración Pública.

Criterios de evaluación:

a) Se han identificado los soportes para elaborar y transmitir los documentos: tipo de papel, sobres y otros.
b) Se han identificado los canales de transmisión: correo convencional, correo electrónico, fax, mensajes cortos o similares.
c) Se han diferenciado los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad y confidencialidad.
d) Se ha identificado al destinatario observando las debidas normas de protocolo.

e) Se han clasificado las tipologías más habituales de documentos dentro de la empresa según su finalidad.
f) Se ha redactado el documento apropiado, cumpliendo las normas ortográficas y sintácticas en función de su finalidad y de la situación 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

U.D 5: EL TRATAMIENTO DE LA CORRESPONDENCIA Y LA PAQUETERÍA

RA3. Transmite información escrita aplicando las técnicas de estilo a diferentes tipos de cartas comerciales propias de la empresa y de la Administración Pública.

Criterios de evaluación:

c) Se han diferenciado los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad y confidencialidad.
i) Se han cumplimentado los libros de registro de entrada y salida de correspondencia y paquetería en soporte informático y/o convencional.
j) Se he utilizado la normativa de 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.6: ARCHIVO Y CLASIFICACIÓN DE DOCUMENTOS.

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

Criterios de evaluación:

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 que se debe almacenar.
d) Se han identificado las principales bases de datos de las organizaciones, su estructura y funciones.

e) Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiados al tipo de documentos.
f) Se han realizado árboles de archivos informáticos para ordenar la documentación digital.
g) Se han aplicado las técnicas de archivo en los intercambios de información telemática (intranet, extranet, correo 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).

U.D.7: DETECCIÓN DE LAS NECESIDADES DEL CLIENTE Y DE SU SATISFACCIÓN.

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

Criterios de evaluación:

a) Se han desarrollado técnicas de comunicación y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente en situaciones de atención/asesoramiento al mismo.
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 han adaptado adecuadamente la actitud y el discurso a la situación de la que se parte.
h) Se han observado la forma y actitud adecuadas en la atención y el asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado.
i) Se han distinguido las distintas etapas de un proceso comunicativo.

U.D. 8: ATENCIÓN QUEJAS Y RECLAMACIONES

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

Criterios de evaluación:

a) Se han descrito las funciones del departamento de atención al cliente en empresas.

b) Se ha interpretado la comunicación recibida por parte del cliente.

c) Se han identificado los elementos de la queja/reclamación.

d) Se han reconocido las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/reclamaciones.

e) Se ha identificado y localizado la información que hay que suministrar al cliente

f) Se han utilizado los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones.

g) Se ha cumplimentado, en su caso, un escrito de respuesta utilizando medios electrónicos u otros canales de comunicación.

h) Se ha reconocido la importancia de la protección del consumidor.

i) Se ha identificado la normativa en materia de consumo.

j) Se han diferenciado los tipos de demanda o reclamación

U.D. 9: Potenciación de la imagen empresarial

RA 7. Potencia la imagen de empresa reconociendo y aplicando los elementos y las herramientas del marketing.

Criterios de evaluación:

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

U.D. 10: Servicio Post-venta

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

Criterios de evaluación:

a) Se han identificado los factores que influyen en la prestación del servicio al cliente.

b) Se han descrito las fases del procedimiento de relación con los clientes.

c) Se han descrito los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio.

d) Se ha valorado la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos.

e) Se han detectado los errores producidos en la prestación del servicio.

f) Se ha aplicado el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas.

g) Se ha explicado el significado e importancia del servicio post-venta en los procesos comerciales.

h) Se han definido las variables constitutivas del servicio post-venta y su relación con la fidelización del cliente.

i) Se han identificado las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio post-venta.

j) Se han descrito los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio post-venta, así como sus fases y herramientas.

5. CONTENIDOS

Secuenciación de contenidos y distribución temporal.

Según la Orden 21 de febrero de 2011, este módulo tiene una duración total de 160 horas con una distribución de 5 horas semanales.

Teniendo en cuenta todo esto, hemos distribuido las unidades didácticas en 3 evaluaciones de la siguiente manera:

CONTENIDOS en Bloques Temáticos.	**U.D**	**Contenido**	**Temporalización**
		Presentación	1 hora
		Prueba Evaluación Inicial	1 hora
		1ª) Evaluación	
EMPRESA Y COMUNICACIÓN	***1***	1. Empresa Elementos de una empresa Principios de la organización empresarial 2. Estructura organizativa de la empresa. Departamentalización de unaempresa. Criterios para la organización departamental Departamentos funcionales de una empresa	20 horas

		3. Organigramas Modelos de organización. 4. Información en la empresa Importancia de la información en laempresa. Fuentes de información. 5. Proceso de comunicación Diferencia en información y comunicación. Elementos de la comunicación 6. Etapas y tipos de comunicación. Etapas del proceso de comunicación Tipos de comunicación 7. Comunicación interna en la empresa Flujos de información Comunicación interna Dirección de los flujos de comunicación interna 8. Comunicación externa Tipos de comunicación externa Aspectos que transmiten una buenaimagen empresarial 9. Comunicación efectiva La elección del canal de comunicación La actitud en la comunicación 10. Barreras de comunicación. Tipos de barreras de la comunicación	
LA COMUNICACIÓN PRESENCIAL	**2**	1. Comunicación oral Características de la comunicaciónoral Tipos de comunicación oral Elementos en el proceso de comunicación oral Normas básicas de la Comunicación oral. 2. Criterios de la calidad en la comunicación presencial. 3. Elaboración del mensaje Pasos para la elaboración de unmensaje. Pautas para la transmisión	22 horas.

		adecuada del mensaje. 4. Situaciones y técnicas de la comunicación presencial 5. Comunicación en la recepción de visitas. Etapas de atención en la recepción. 6. Habilidades sociales. 7. Normas de protocolo en la empresa Presentaciones Tratamientos Las costumbres socioculturales 8.Comunicación no verbal Tipos de comunicación no verbal La imagen personal en la comunicación presencial	
COMUNICACIÓN TELEFÓNICA	**3**	1. Proceso de comunicación telefónica Elementosdel proceso de comunicación telefónica. Fases del proceso de comunicacióntelefónica Estructura de la llamada telefónica 2. Usos habituales del teléfono en la empresa. Ventajas e inconvenientes de la comunicación telefónica. Clasificación de las llamadas. Barreras a la comunicacióntelefónica 3. Expresión verbal y no verbal al teléfono Comunicación verbal Comunicación no verbal Pautas de la atención telefónica 4. Protocolo en las llamadas telefónicas Recomendaciones para haceruna llamada telefónica. Atención de llamadas telefónicas Atención de quejas por teléfono Recogida y transmisión demensajes	16 horas

		5. Centralitas telefónicas 5.1Constestador automático vs.persona física. 5.2 Modelo de atención de una llamada en una centralita telefónica. 6. Equipos y medios en las comunicaciones telefónicas Equipos telefónicos Nuevos medios y sistemas Funciones adicionales de telefonía 7. Informática en las comunicaciones verbales. Pautas para preparar una videoconferencia. Pautas durante el desarrollo de una videoconferencia	
		PRUEBAS DE RECUPERACIÓN	
		2ª) Evaluación	
COMUNICACIONES ESCRITAS	**4**	1. Comunicación escrita. Elementos de un proceso de comunicación escrita. Características de la comunicación escrita Etapas de la redacción de unmensaje 2. Normas de redacción de documentos. Presentación. El protocolo en función del destinatario. Ortografía, sintaxis ygramática. Puntuación. 3. Documentos de comunicación interna. Aviso. Memorándum Convocatoria Informe Acta 4. Documentos de comunicación externa. La carta. La invitación El saluda El certificado El oficio	27 horas

		4.6 La instancia 5. Soportes para elaborar y transmitir documentos. Soporte papel Soportes digitales 6. Canales de transmisión escrita de información. Correo convencional. Fax SMS Correo electrónico 7. Herramientas de búsqueda de información Las bases de datos Búsqueda de informaciónen boletines oficiales. Herramientas de búsquedaen internet. 8. Aplicaciones informáticas de procesamiento de textos. Tipos de procesadores detextos. Interfaz de MicrosoftWord	
EL TRATAMIENTO DE LA CORRESPONDENCIA Y LA PAQUETERÍA	**5**	1. La circulación de la correspondencia . Tipo de mensajería Tratamiento de la correspondenciade entrada Tratamiento de la correspondencia de salida Flujo de correspondencia deentrada y salida 2. Correspondencia de entrada Recogida Registro Clasificación Distribución. 3. Correspondencia de salida Elaboración y comprobacionesprevias. Recogida Registro Expedición o envío 4. Procedimiento con la AA.PP	11 horas

		4.1 Procedimiento en registros públicos 5. Servicios de Correos Medios de envío Servicios adicionales 6. Compañías de mensajerías Tipos de servicios 7. Medio telemáticos: funciones y procedimientos Servicios de envío online Administración electrónica 8. Normas de seguridad y confidencialidad. 9. Técnicas 3R	
ARCHIVO Y CLASIFICACIÓN DE DOCUMENTOS	**6**	1. Archivo en la empresa Funciones del archivo Objetivos del archivo Funcionamiento general delarchivo 2. Tipos de archivos empresariales Tipos de archivos según la frecuenciade uso de la documentación. Tipos de archivos según su localización física 3. Sistemas de clasificación de documentos Sistema alfabético Sistema numérico Sistema cronológico Sistema geográfico Sistema temático Sistemas mixtos: elsistema alfanumérico 4. Archivo de documentos en formato papel Entrada de la documentación en elarchivo Conservación y utilización de la documentación. Purga y destrucción de documentos. 5. Archivo informático de datos Archivo informático de documentos Sistemas de gestión de bases dedatos	11 horas

		6. Soportes y materiales de archivo Materiales para el archivo dela documentación en papel. Sistemas de almacenamiento ensoporte informático. Sistemas de almacenamiento en lanube 7. Protección de la información: la LOPD Medidas para la protección de la información. Medidas de seguridad para la información confidencial. Ley de protección de Datos (LOPDGDD) 8. Técnicas 3R en elaboración y archivo de la documentación	
		PRUEBAS DE RECUPERACIÓN	
		3º) Evaluación	
DETECCIÓN DE LAS NECESIDADES DEL CLIENTE Y DE SU SATISFACCIÓN	**7**	1. El cliente y su importancia para la empresa Concepto y tipos de cliente Conocer y fidelizar al cliente:el marketing relacional. 2. Las motivaciones y necesidades del cliente. Las necesidades del cliente y susatisfacción. Factores que influyen en el comportamiento del cliente. 3. Proceso de decisión de compra del cliente 4. Elementos de la atención al cliente El entorno La organización Los empleados 5. El departamento de atención al cliente Objetivos y funciones del departamento de atención al cliente Organización de la atención al cliente La calidad en la atención al cliente 6. Comunicación y asesoramiento en	17 horas

		laatención al cliente Fases de la atención al cliente Atención al cliente en situaciones de emergencia	
ATENCIÓN DE QUEJAS Y RECLAMACIONES	**8**	1. Valoración de la atención recibida Opinión del cliente Medios para canalizar la opinión delcliente 2. Consumidor y su protección Definición de consumidor Derechos y obligaciones de los consumidores Asociaciones de consumidores yusuarios 3. Consumidor y Administración Normativas e instituciones endefensa del consumidor. 4. Reclamaciones Hoja de reclamaciones. Procedimiento para presentar reclamación 5. Gestión empresarial de las reclamaciones Principios básicos en la gestión de reclamaciones Tratamiento de una reclamación 6. Resolución de una reclamación ante la Administración. Presentación de una reclamación ante la Administración. Tramitación de una reclamación por parte de la Administración 6.3Actuación de la Administración ante una denuncia	15 horas
POTENCIACIÓN DE LA IMAGEN EMPRESARIAL	9	1. Función comercial de la empresa El mercado Función comercial 2. Marketing: concepto y niveles dedesarrollo Concepto Niveles de desarrollo de marketing 3. Implantación del plan de marketing	12 horas

		Oferta comercial Nuevos enfoques en el acercamiento al cliente. 4. Producto y sus estrategias Concepto y dimensionesdel producto. Estrategias de producto: la marca Estrategias de marca. 5. Precio y sus estrategias Importancia del precio en la ofertacomercial Otros factores que influyen en elprecio. Estrategias de fijación de precios. 6. Acercamiento físico al cliente: la distribución. Canal de distribución. Estrategias de distribución. Nuevas formas de distribución comercial. 7. Estrategias de comunicación con el cliente Herramientas de comunicación. Publicidad, Promoción de ventas, Mercchandising, Venta personal y Relaciones públicas. 8. Imagen y cultura de empresa: responsabilidad social corporativa Importancia de la imagen enla empresa Imagen corporativa ycultura empresarial Responsabilidad social corporativa	
SERVICIO *POST-VENTA*	10	1. Satisfacción y calidad Satisfacción Calidad en la prestación del servicio 2. Evaluación del servicio y fidelización del cliente Evaluación y control del servicio. Tratamiento de errores y anomalías. Actitud proactiva para anticiparse alas incidencias. Contactos con el cliente externo y fidelización 3. El Servicio post-venta	7 horas
		PRUEBAS DE RECUPERACIÓN	

Tratamiento de temas transversales. Educación en valores.

La materia de este módulo de Comunicación Empresarial y Atención al Cliente es eminentemente práctica, y ello nos facilitará el poder insertar los temas transversales ya que se pretende formar a verdaderos profesionales de la empresa en una serie de valores, de solidaridad y respeto al medio donde se desenvuelven, necesarios para conseguir una sociedad bien estructurada.

Se basará en el empleo de un estilo educativo y de una dinámica basada en la valoración de "actitudes" y "comportamientos" en los que están presentes:

- Educación para la igualdad de oportunidades entre sexos.
- Cultura andaluza.
- Valores éticos y morales
- Educación para el consumo.
- Valores ambientales.
- Educación para la Paz

En el marco de esta programación y teniendo presente el Plan de Centro el análisis de estas circunstancias permite identificar las diferentes necesidades, intereses y perspectivas de mujeres y hombres sobre las que diseñar estrategias que equiparen las oportunidades de ambas partes en las distintas actuaciones que lo integran.

Fundamentalmente las actuaciones se realizarán en los siguientes círculos:

- ✓ Profesores-profesores
- ✓ Alumnos/as-alumnos/as y
- ✓ Alumnos/as-profesores.

En lo que respecta a la <u>Educación de igualdad de oportunidades entre sexos</u> se pretende:

a) Valorar la situación de partida de hombre y mujeres.
b) Analizar las necesidades y obligaciones relacionadas con la actividad cotidiana en el centro y la posición social de justicia y responsabilidad social.
c) Velar por el cumplimiento de la condición de igualdad de género en todos los ámbitos de actuación como cuestión de justicia y responsabilidad social.

Se seguirán las siguientes pautas:

1) Participación en las actividades propuestas por el Plan de Igualdad del Centro articulado a través de actuaciones propias o de acción tutorial:
   - 25 de noviembre. Violencia de Género.

2) Análisis del lenguaje personal en el desempeño de la docencia para eliminar leguaje sexista.

3) En cada unidad didáctica se analizará el material para eliminar el lenguaje sexista.

Se planteará las actividades sin discriminación entre hombres y mujeres, dando las mismas oportunidades de participación y actuación a ambos sexos, por igual, en todas las situaciones docentes. Es decir, no prevalecerá la actuación de hombre frente a mujeres ni de mujeres frente a hombres.

6. METODOLOGÍA

La metodología es uno de los principales pilares del proceso de enseñanza aprendizaje ya que constituye el conjunto de criterios y decisiones que organizan la acción didáctica y nos ayuda a alcanzar los objetivos previstos.

Primer día de clase: Presentación del módulo Comunicación Empresarial y Atención al Cliente, explicando sus características, contenidos, resultados de aprendizaje que deben adquirir los alumnos/as y la metodología y criterios de evaluación que se van aplicar.

El alumnado será el protagonista de su propio aprendizaje, por lo que será una metodología **activa,** (potenciando el análisis de los contenidos y sobre todo los procesos de creatividad), **participativa, integradora** (respetando raza, cultura, sexo, nivel de formación, procedencia religiosa , económica, social …) **preventiva** (prevenir tanto a nivel de abandono escolar de conflictos personales, en el grupo de clase, como para la consecución de unos buenos resultados académicos y desarrollando una planificación realista que conjugue adecuadamente el tiempo libre y el tiempo necesario para el desarrollo positivo de sus estudios), **flexible** (abierta a cambios metodológicos, de temporalización,…)**formativa** (tanto en conocimientos como para la consecución de los resultados de aprendizajes, así como para el desarrollo de actitudes), orientadora (señalándoles técnicas de mejoras, recursos y procedimientos para la consecución de los resultados de aprendizaje de este módulo así como herramientas a utilizar en la resolución de conflictos tanto interpersonales como intrapersonal e intergrupal como intragrupal), **individualizada** (atendiendo a las cuestiones planteadas en las explicaciones, en la realización individual de las tareas, teniendo en cuenta sus conocimientos previos, capacidades, trastornos conocidos, etc.

Se utilizará una metodología **motivadora** (se les mostrará, recordará, las ventajas, beneficios, posibilidades de futuro que puede propiciar la obtención de este título, para que se motiven en su progresivo aprendizaje), **práctica** (para que lo apliquen tanto en la clase, como en su vida personal, social y laboral), **reflexiva**(sobre mejoras), **sumativa** (fundamentando el aprendizaje en conocimientos previos), evaluativa (al principio, durante y al final, para detectar y mejorar lo que no funcione del proceso de enseñanza-aprendizaje, de la propia práctica docente, de la metodología, de los materiales curriculares y didácticos empleado,.)

Se aplicará una **metodología basada en la simulación de la realidad** donde el alumnado no es el receptor pasivo de las explicaciones del profesor, sino que aplica conocimientos, analiza y evalúa hechos, organiza los documentos generados, busca soluciones y toma decisiones en su papel de gestor de las operaciones de administración y documentación.

Estrategias metodológicas

Estrategias expositivas	a) Consistirá en presentar de forma oral o escrita los contenidos de forma clara y ordenada. Para ello se hará uso de las nuevas tecnologías, tales como pizarra digital, internet. Al inicio de cada unidad didáctica, se hará una introducción a la misma con el objeto de conocer los conocimientos previos del alumnado y despertar el interés hacia la unidad. Se partirá de los conocimientos del alumnado realizando una lluvia de ideas o una breve puesta en común.
Estrategias de indagación	a) Con esta técnica se pretende que el alumnado investigue y sea el protagonista de su aprendizaje. Los ejercicios y técnicas que realizaremos principalmente son: • Debate y discusión razonada promoviendo el respeto a la participación por turno de palabra. • Con el fin de mejorar la expresión escrita, el alumnado deberá realizar resumen y mapa conceptual de las unidades, que incluirá en la carpeta de trabajo para ser revisada por el profesor. • Trabajos individuales o en grupos (Aprendizaje cooperativo) • Juegos de Rol (rol-play) se utilizará muy a menudo sobre el bloque de atención al cliente. • Exposiciones orales, debates, mesas redondas en particular en el bloque de comunicación oral. • Simulacros de comunicación oral no presencial (Comunicación telefónica ect) • Clase invertida, el alumnado será el protagonista del proceso de aprendizaje y se utilizará en determinadas unidades del módulo

Se hará uso de las tecnologías de la información y comunicación que constituyen un excelente recurso didáctico. El alumnado dispone de ordenadores con acceso a internet del que podrán hacer uso para la elaboración de sus ejercicios.

Se fomentará la lectura con la finalidad de que se expresen adecuadamente y adquieran hábitos de lectura.

Actividades de Enseñanza Aprendizaje

Las actividades es uno de los elementos más importante en el proceso de enseñanza-aprendizaje. Es necesario diseñar actividades que puedan cumplir una función de diagnóstico, de desarrollo y aprendizaje, de refuerzo o ampliación, de resumen, de evaluación y de recuperación. Entre las actividades que se van a realizar en este módulo podemos destacar:

Actividades iniciales o de diagnóstico: para conocer los conocimientos previos del alumnado, ideas preconcebidas y punto de partida e intentar motivar y despertar el interés sobre los contenidos

- ✓ *Se realizará torbellinos de ideas para detectar los conocimientos de la unidad.*
- ✓ *Actividades expositivas, en las que se expondrá las ideas principales, y el tema que vamos a continuación a trabajar.*
- ✓ *Utilizando la pizarra digital, exponer esquemas y mapas conceptuales.*

Actividades de desarrollo y aplicación: actividades y casos prácticos sobre los diferentes contenidos establecidos en las unidades didácticas, que contribuye a la asimilación de contenidos y consecución de criterios de evaluación de los diferentes resultados de aprendizaje

- ✓ *Se realizará supuestos prácticos, a nivel individual y grupal, por unidades y bloques de contenidos y las resoluciones de los mismos se someterán a debate.*
- ✓ *Se propondrán investigaciones y estudios organizados en pequeños grupos, donde se elaborarán informes con sus correspondientes conclusiones.*

Actividades de síntesis y de resumen: con estas actividades se pretende dar una visión global de la unidad

- ✓ *Al finalizar las unidades didácticas cada alumno/a realizará en su cuaderno o carpeta de trabajo resumen y/o mapa conceptual de la unidad.*

Actividades de refuerzo, con estas actividades se pretende que los alumnos/as que no progresen puedan superar sus dificultades, se les propondrá:

- ✓ Actividades similares de material alternativo (por ejemplo, actividades de otros manuales)

Actividades de ampliación, su objetivo es profundizar en la materia por parte del alumnado que superado los objetivos previstos en las unidades didácticas.

- ✓ Actividades de mayor complejidad y dificultad.

Actividades de evaluación con ellas se pretenden determinar si se han alcanzado los criterios de evaluación de los distintos resultados de aprendizajes.

7. EVALUACIÓN

La evaluación de este módulo de Comunicación Empresarial y Atención al Cliente, se realizará, atendiendo a los objetivos y competencias profesionales, personales y sociales y contenidos recogidos en esta programación, así como a los Resultados de aprendizajes y Criterios de Evaluación.

La evaluación será **formativa** y servirá para la reflexión, orientar y analizar el proceso educativo, por ello la evaluación tendrá que ser:

- **Continua**, para observar el proceso de aprendizaje.
- **Integral**, para considerar tanto la adquisición de nuevos conceptos, como los resultados de aprendizajes, las actitudes, las capacidades de relación y comunicación y el desarrollo autónomo de cada alumno/a.
- **Individualizada**, para que se ajuste al proceso de aprendizaje de cada alumno/a y no del alumnado en general. La evaluación individualizada suministra información al propio alumno sobre sus progresos y lo que puede conseguir según sus posibilidades.
- **Orientadora**, porque debe ofrecer información permanente sobre la evaluación del alumnado con respecto al proceso de enseñanza-aprendizaje y al alumnado a información precisa para mejorar su aprendizaje y adquirir estrategias apropiadas.

Momentos o tipos de Evaluación

En la evaluación continua cabe distinguir **tres fases** o momentos distintos y complementarios de evaluación:

- **Evaluación inicial**. Se realizará mediante una prueba inicial a todos los/as alumnos/as al comienzo del curso, así como al principio de cada unidad didáctica a través de un debate-coloquio en el cual se pretende determinar los conocimientos e intereses previos a fin de obtener información sobre el punto de partida de nuestros alumnos/as al comienzo de cada unidad de contenidos para así poder determinar los conocimientos, procedimientos y actitudes de los que parte el alumnado.

- **Evaluación formativa.** Con ella se identifican los avances y las dificultades que se van produciendo en cada una de las unidades de trabajo. Facilita el ajuste progresivo de enseñanza y aprendizaje a las condiciones y necesidades del alumnado.

- **Evaluación sumativa.** Tiene como fin conocer lo que se ha aprendido y el grado en que se ha conseguido. Toma datos de la evaluación formativa y añade otros obtenidos de forma más puntual.

Relación entre unidades didácticas, resultados de aprendizajes y criterios de evaluación.

U.D	Criterios de Evaluación	Resultado de Aprendizaje
U.D 1 Empresa y comunicación	a),b),c),d),e),f),g),h),i)	RA 1
U.D 2 La comunicación presencial	a),b),c) d),e),f),g),i), j)	RA 2
U.D 3 Comunicación telefónica	b),d),h),i),j)	
U.D 4 Comunicaciones escritas	a),b),c) ,d), e), f), g), h)	RA 3
U.D 5 El tratamiento de la correspondencia y la paquetería	c) ,i), j),k)	
U.D 6.Archivo y clasificación de documentos.	a),b),c),d),e),f),g),h),i),j)	RA 4
U.D 7 Detección de las necesidades del cliente y de su satisfacción.	a),b),c),d),e),f),g),h),i)	RA 5
U.D 8 Atención de quejas y reclamaciones	a),b),c),d),e),f),g),h),i),j)	RA 6
U.D 9 Potenciación de la imagen empresarial	a),b),c),d),e),f),g)	RA 7
U.D 10 Servicio Posventa	a),b),c),d),e),f),g),h),i),j)	RA 8

Criterios de Calificación

La calificación de las evaluaciones se expresará mediante escala numérica de 1 a 10, sin decimales, y se hará en base a los criterios de evaluación establecidos para resultado de aprendizaje y a los que se hace referencia en las diferentes unidades didácticas.

En caso de observar que el alumno/a está copiando durante la realización de un examen se procederá a retirar la prueba escrita y como consecuencia de ello, el examen no será corregido, obteniendo un suspenso en la evaluación correspondiente con opción de recuperación en junio.

Calificación de las evaluaciones parciales

La calificación de las evaluaciones parciales se obtendrá de la media de las calificaciones obtenidas en las unidades didácticas impartidas en cada una de ellas. *Para aprobar las evaluaciones se deberá obtener una calificación igual o superior a cinco en todas las unidades didácticas impartidas en el trimestre y por consiguiente superar a través de los distintos instrumentos de evaluación los resultados de aprendizajes y criterios de evaluación fijados en dichas unidades didácticas.*

Calificación en la evaluación final.

La calificación final del módulo tendrá en cuenta el grado y nivel de consecución o adquisición de los resultados de aprendizaje, de acuerdo con sus correspondientes criterios de evaluación y los objetivos generales relacionados.

La calificación final será la media de las calificaciones de los resultados de aprendizaje, teniendo presente la siguiente tabla, siempre que todos los Resultados de Aprendizajes tengan una calificación igual o superior a cinco.

Resultado de Aprendizaje RA	Unidades didácticas	Porcentaje de los RA
RA 1	UD 1	12,5%
RA 2	UD 2	12,5%
	UD 3	
RA 3	UD 4	12,5%
	UD 5	
RA 4	UD 6	12,5%
RA 5	UD 7	12,5%
RA 6	UD 8	12,5%
RA 7	UD 9	12,5%
RA 8	UD 10	12,5%

En este módulo todos los resultados de aprendizaje tienen la misma ponderación. Los criterios de evaluación de los distintos resultados de aprendizajes están repartidos de forma proporcional, dándoles a todos los criterios de evaluación de un mismo resultado de aprendizaje la misma ponderación.

Para superar el módulo se deberá obtener una calificación igual o superior a cinco en todos los resultados de aprendizajes.

Técnicas e instrumentos de evaluación

Técnicas de Evaluación	Instrumentos de Evaluación.
Pruebas específicas	• Pruebas escritas ✓ Ensayo o desarrollo de los contenidos básicos de las unidades didácticas. (Elaboración de documentos)

	✓ Preguntas breves ✓ De respuesta única y de completar. ✓ De verdadero-falso, si-no. Etc., ✓ De elección múltiple, en la que sólo una opción es verdadera. ✓ De ordenación, recepción y registro. ✓ Casos prácticos • Pruebas orales.
Análisis de ejercicios prácticos y exposiciones	• Rúbricas para valorar Debate, charla, exposiciones ect. • Tareas y actividades dentro y fuera del aula (cuaderno de clase o carpeta de trabajo) ✓ Resúmenes de las unidades didácticas ✓ Mapa conceptual ✓ Actividades de las unidades didácticas ✓ Actividad diccionario del módulo
Observación Sistemática	• Cuaderno del profesorado

8. RECUPERACIÓN.

Sistema de recuperación de evaluaciones pendientes.

Al final de cada trimestre o principio del siguiente, se realizará distintas pruebas de recuperación para todos/as aquellos/as alumnos/as que no hayan superado alguna unidad didáctica y por consiguiente no hayan alcanzado el resultado de aprendizaje y criterios de evaluación fijados en dichas unidades.

Plan de Recuperación, a todo el alumnado que no haya superado alguna unidad y por consiguiente algún resultado de aprendizaje y criterio de evaluación, se les propondrá actividades de refuerzo con la finalidad de superar dichos criterios y resultados de aprendizajes.

Todo aquel alumno/a que no supere el módulo según lo estipulado en la Orden 29 de septiembre de 2010 sobre evaluación de Formación Profesional Inicial “tendrá que asistir a clases y continuar con las actividades lectivas hasta la fecha de finalización del régimen ordinario de clase”.

El alumnado en junio tendrá que presentarse a las pruebas objetivas de aquellos resultados de aprendizaje no superados.

Plan de mejora para los alumnos/as que hayan superado todas las evaluaciones trimestrales y deseen mejorar sus resultados.

Los/as alumnos/as, tienen derecho a mejorar sus resultados obtenidos durante el curso, para ello pueden optar al plan de mejora en la que se les propondrá una serie de actividades de ampliación e indagación. Las técnicas e instrumentos que se aplicará para este plan de mejora serán:

Técnicas de Evaluación	Instrumentos de Evaluación
• Pruebas específicas	• Prueba escrita de todas las unidades didácticas.
• Ejercicio Práctico	• Supuesto Práctico -Global
• Observación Sistemática	• Rúbrica para actividades, supuestos prácticos y exposiciones.

9. RECURSOS DIDÁCTICOS Y MATERIALES

Recursos del centro:

- Recursos espaciales: aula ordinaria dotada de ordenadores (con acceso a internet), biblioteca del centro.
- Recursos materiales: Mobiliario de aula (pizarra, mesas, sillas, armario, tablón de corcho), pizarra digital, ordenador del profesor.
- Recursos didácticos: Cuaderno del profesor, manuales de distintas editoriales del módulo Comunicación Empresarial y Atención al Cliente, apuntes del profesor, noticias emitidas por los medios de comunicación, páginas web de consultas.

Recursos del alumnado:

- Cuaderno o carpeta en la que realizará las actividades y guardará toda la documentación.
- Manual Comunicación Empresarial y atención al cliente de la editorial Mc Graw Hill

10. ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD.

Entendemos la atención a la diversidad, como toda aquella actuación educativa que esté dirigida a dar respuesta a las diferentes capacidades, ritmos de aprendizaje, motivaciones e intereses, situaciones sociales, étnicas, de inmigración y de salud del alumnado.

La LOE/LOMCE establecen que la atención a la diversidad debe abordar todas las etapas educativas, así como la LEA trata en su título III, capítulo I"Alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo".

Pero no solo se considera alumnos/as con necesidades específicas de apoyo educativo, aquellos alumnos/as que presentan discapacidad personal asociada sino también aquellos alumnos/as extranjeros (normalmente con desconocimiento del castellano), minorías culturales que pueden presentar necesidades de compensación educativa u otro alumnado (alumnos/as procedentes de familias desestructuradas, ambientes desfavorecidos ect.)También se incluyen al alumnado sobredotado por sus elevadas capacidades intelectuales.

La mejor manera de atender a la diversidad y de prevenir problemas de aprendizaje es la de establecer una programación que sea sensible a las diferencias y que favorezca la individualización de la enseñanza.

Nuestra actuación se centrará en dar respuesta a los distintos ritmos de aprendizaje, intereses, expectativas y motivaciones del alumnado. Para ello se organizarán actividades de refuerzo y ampliación en concreto:

- ✓ Actividades con diferentes grados de dificultad, adaptados a las necesidades individuales del alumnado.
- ✓ Actividades en grupo, para fomentar la colaboración y cooperación de los/as alumnos/as con mayor nivel de conocimientos, con los que presenten un nivel más bajo.
- ✓ Actividades de refuerzo, para aquellos alumnos/as que en una evaluación no hayan obtenido un resultado positivo, o no hayan alcanzado los objetivos mínimos programados.
- ✓ Actividades de ampliación, destinados al alumnado con mayor nivel de conocimientos.

Esta programación, por tanto, para dar respuesta a la diversidad del alumnado y a las consiguientes necesidades educativas, contará con las siguientes finalidades básicas:

- Prevenir la aparición o evitar la consolidación de las dificultades de aprendizaje.
- Facilitar el proceso de socialización y autonomía de los/las alumnos/as
- Asegurar la coherencia, progresión y continuidad de la intervención educativa.
- Fomentar actitudes de respeto a las diferencias individuales

11. PLAN DE LECTURA

Uno de los elementos metodológicos utilizados como recursos de aprendizaje en los módulos profesionales, es la lectura por parte del alumnado de publicaciones periódicas de contenido general y de contenido especializado.

Los objetivos de estas actividades son:

- Favorecer la compresión de textos técnicos y su interpretación.
- Favorecer el aprendizaje de vocabulario y lenguaje técnico relacionados con la materia. Favorecer la competencia propositiva, en el planteamiento de

soluciones, hipótesis, juicios de valor, críticas, etc., provocados por la interpretación de los textos leídos.

- Favorecer el aprendizaje de la estructura de un escrito de forma lógica, ordenada, sin faltas ortográficas y una buena presentación.
- Favorecer la intertextualidad entre los conocimientos previos adquiridos por el alumno en la unidad didáctica y entre los textos propuestos para su lectura.
- Acrecentar la disposición favorable del alumnado para realizar las actividades propuestas por el profesorado.
- Favorecer la curiosidad por la búsqueda de información y documentación relacionada con la materia que estudian.

13. AULA BILINGÜE

Entre las actuaciones incluidas en el Plan de Modernización de la Formación Profesional, derivado de la Agenda 2030 y sus Objetivos de Desarrollo Sostenible, se encuentra la creación de ciclos formativos bilingües en modalidad presencial de grado medio, superior y curso de especialización, que incluyan al menos un módulo de o en idioma extranjero en cada curso. Desde la Secretaría General de Formación Profesional del Ministerio de Educación y Formación Profesional, se han establecido las condiciones de la oferta bilingüe para la creación o transformación de ciclos.

Para ello la Comunidad Autónoma de Andalucía, ha puesto en marcha una iniciativa que amplía la movilidad, internacionalización y mejora de las competencias lingüísticas del alumnado y profesorado, iniciativa consistente en la implantación de Aulas Bilingües en los ciclos formativos de grado medio y superior y cursos de especialización de formación profesional.

En este contexto, se implanta el aula bilingüe en este primer curso de Ciclo Formativo de Grado Medio, siendo este módulo el que se imparte en esta modalidad.

De manera progresiva, y teniendo en cuenta el nivel de partida del alumnado, se realizarán actividades que tengan el inglés como lengua vertebradora, cumpliendo con los requisitos en cuanto a mínimos que contempla la normativa que regula la enseñanza bilingüe en Andalucía (BUSCAR NORMATIVA) .

La integración de la lengua extranjera en el currículo se realizará mediante las siguientes actividades, entre otras:

Dar instrucciones básicas con respecto al desarrollo de la clase en inglés (por ejemplo: saludos, despedidas, órdenes tipo “abrir y cerrar ventanas o puertas”, etc.).

Lectura comprensiva de textos de distintos registros y niveles y comentario de los mismos.

Visualización de vídeos con subtítulos.

Realización de un glosario colaborativo de la materia.

Realización de actividades de tipo “role play”.

Realización de presentaciones individuales y en grupo.

14. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESOLARES.

Se tendrá en cuenta la posible asistencia a charlas que se ofrezcan en el centro y principalmente a nuestro departamento de Administración y que resulten de interés a nuestro alumnado.

15. EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO DE LA PROGRAMACIÓN.

Esta programación se podrá actualizar o modificar en cualquier momento del

curso académico y en todo caso se revisará a la finalización de cada trimestre para comprobar su adecuación.

Chiclana de la Frontera, 15 de octubre de 2023