

CICLO FORMATIVO DE GRADO MEDIO
GESTIÓN ADMINISTRATIVA

PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA
MÓDULO
COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE

Código: 0437 N° Horas: 140

Docentes:

Carlos Ángel García

Rafael Manuel Beardo Rodríguez

Curso: 2025/2026

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Normativa de referencia

La presente programación se ha realizado siguiendo las directrices de:

- Orden de 26 de septiembre de 2025, por la que se regula la fase de formación en empresa u organismo equiparado de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional de la Comunidad Autónoma de Andalucía.
- REAL DECRETO 499/2024, de 21 de mayo, por el que se modifican determinados reales decretos por los que se establecen títulos de Formación Profesional de grado medio y se fijan sus enseñanzas mínimas (BOE 28-05-2024).
- REAL DECRETO 278/2023, de 11 de abril, por el que se establece el calendario de implantación del Sistema de Formación Profesional establecido por la Ley Orgánica 3/2022, de 31 de marzo, de ordenación e integración de la Formación Profesional (BOE 12-04-2023).
- REAL DECRETO 659/2023, de 18 de julio, por el que se desarrolla la ordenación del Sistema de Formación Profesional.
- LEY ORGÁNICA 3/2022, de 31 de marzo, de ordenación e integración de la Formación Profesional (BOE 01-04-2022).
- Orden de 18 de septiembre de 2025, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad Autónoma de Andalucía Ley 17/2007, de 10 de diciembre de Educación en Andalucía (LEA)
- 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.

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.

1.2 Identificación del título

Grado D	
Ciclo Formativo	Técnico en Gestión Administrativa
Denominación	Gestión Administrativa
Duración	2000 horas
Familia profesional	Administración y Gestión
Competencias profesionales y para la empleabilidad	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	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.

1.3 Identificación del módulo

MÓDULO PROFESIONAL	
Identificación	Código: 0437
	Módulo profesional: Comunicación Empresarial y Atención al Cliente.
	Curso: Primero
Distribución horaria	Horas: 128
	Horas semanales: 4
Asociado a Unidad de competencia	UC0975-2: Recepcionar y procesar las comunicaciones internas y externas. UC0978_2: Gestionar el archivo en soporte convencional e informático.

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.

Alumnado

El grupo A, el grupo está compuesto por 17 alumnos/as que tienen un perfil muy heterogéneo, coexistiendo alumnado/a con distintos tipos de edades. En la prueba inicial detectamos que el nivel académico del grupo por regla general es bajo, se hará hincapié en reforzar ciertos contenidos de años anteriores, pero no será un problema para la superación de los contenidos de módulo.

El grupo B está compuesto por 28 alumnos y alumnas muy heterogéneos en el que existen diferentes niveles de aprendizaje. Las edades comprenden desde los 16 años hasta los 37 años. En general, es un grupo motivado hacia el estudio con el objetivo de obtener el título a final del curso. Sin embargo, destacan 5 alumnas que suelen ser bastante absentistas.

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. RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN DEL MÓDULO

Con el objetivo de realizar la trazabilidad del alumnado en las actividades de enseñanza y aprendizaje, es imprescindible asociar por cada uno de los resultados de aprendizaje de la unidad formativa, las evidencias (criterios de evaluación) que aseguran al alumnado haberlas alcanzado.

Resultados de Aprendizaje	Criterios de evaluación
1. Selecciona técnicas de comunicación, relacionándolas con la estructura e imagen de la empresa y los flujos de información existentes en ella	a) Se ha reconocido la necesidad de comunicación entre las personas b) Se ha distinguido entre comunicación e información c) Se han distinguido los elementos y procesos que intervienen en la comunicación d) Se han reconocido los obstáculos que pueden existir en un proceso de comunicación e) Se ha determinado la mejor forma y actitud a la hora de presentar el mensaje f) Se han identificado los conceptos de imagen y cultura de la empresa g) Se han diferenciado los tipos de organizaciones y su organigrama funcional h) Se han distinguido las comunicaciones internas y externas y los flujos de información dentro de la empresa i) Se ha seleccionado el destinatario y el canal adecuado para cada situación
2. Transmite información de forma oral, vinculándola a los usos y costumbres socioprofesionales habituales en la empresa	a) Se han identificado los principios básicos a 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 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 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

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

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 funcione 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)

5. Reconoce necesidades de posibles clientes aplicando técnicas de comunicación	a) Se han desarrollado técnicas de comunicación y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente en situaciones de atención/asesoramiento al mismo b) Se han identificado las fases que componen el proceso de atención al cliente/consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación c) Se han reconocido los errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente d) Se ha identificado el comportamiento del cliente e) Se han analizado las motivaciones de compra o demanda de un servicio del cliente f) Se ha obtenido, en su caso, la información histórica del cliente g) Se ha adaptado adecuadamente la actitud y discurso a la situación de la que se parte h) Se ha observado la forma y actitud adecuadas en la atención y asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado i) Se han distinguido las distintas etapas de un proceso comunicativo
6. Atiende consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes aplicando la normativa vigente en materia de consumo	a) Se han descrito las funciones del departamento de atención al cliente en empresas b) Se ha interpretado la comunicación recibida por parte del cliente c) Se han identificado los elementos de la queja/reclamación d) Se han reconocido las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/reclamaciones e) Se ha identificado y localizado la información que hay que suministrar al cliente f) Se han utilizado los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones g) Se ha cumplimentado, en su caso, un escrito de respuesta utilizando medios electrónicos u otros canales de comunicación h) Se ha reconocido la importancia de la protección del consumidor i) Se ha identificado la normativa en materia de consumo j) Se han diferenciado los tipos de demanda o reclamación
7. Potencia la imagen de empresa reconociendo y aplicando los elementos y herramientas del marketing	a) Se ha identificado el concepto de marketing b) Se han 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
8. Aplica procedimientos de calidad en la atención al cliente identificando los estándares establecidos	a) Se han identificado los factores que influyen en la prestación del servicio al cliente b) Se han descrito las fases del procedimiento de relación con los clientes c) Se han descrito los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio d) Se ha valorado la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos e) Se han detectado los errores producidos en la prestación del servicio f) Se ha aplicado el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas g) Se ha explicado el significado e importancia del servicio post-venta en los procesos comerciales h) Se han definido las variables constitutivas del servicio post-venta y su relación con la fidelización del cliente i) Se han identificado las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio post-venta j) Se han descrito los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio post-venta, así como sus fases y herramientas

4. CONTENIDOS

4.1. Contenidos básicos

Contenidos básicos de referencia

- Selección de técnicas de comunicación empresarial:
 - Elementos y barreras de la comunicación.
 - Comunicación e información y comportamiento
 - Las relaciones humanas y laborales en la empresa.
 - La organización empresarial. Organigramas.
 - Principios y tipos de organización empresarial.
 - Departamentos y áreas funcionales tipo.
 - Funciones del personal en la organización.
 - Descripción de los flujos de comunicación.
 - La comunicación interna en la empresa: comunicación formal e informal.
 - La comunicación externa en la empresa. La publicidad y las relaciones públicas.
- Transmisión de comunicación oral en la empresa:
 - Principios básicos en las comunicaciones orales.
 - Normas de información y atención oral.
 - Técnicas de comunicación oral, habilidades sociales y protocolo.
 - La comunicación no verbal.
 - La comunicación verbal dentro del ámbito de la empresa.
 - La comunicación telefónica.
 - El teléfono y su uso. La centralita. Uso del listín telefónico. Normas para hablar correctamente por teléfono.
 - La informática en las comunicaciones verbales.
 - Comunicaciones en la recepción de visitas: acogida, identificación, gestión, despedida.
- Transmisión de comunicación escrita en la empresa:
 - La comunicación escrita en la empresa.
 - Normas de comunicación y expresión escrita.
 - Características principales de la correspondencia comercial.
 - La carta comercial. Estructura, estilos y clases.
 - Formatos tipo de documentos de uso en la empresa y en las Administraciones Públicas.
 - Medios y equipos ofimáticos y telemáticos.
 - El correo electrónico.
 - La recepción, envío y registro de la correspondencia.
 - Servicios de correos, circulación interna de correspondencia y paquetería.
 - Aplicación de procedimientos de seguridad y confidencialidad de la información.
- Archivo de la información en soporte papel e informático:
 - Archivo de la información en soporte papel:
 - Clasificación y ordenación de documentos.
 - Normas de clasificación. Ventajas e inconvenientes.
 - Técnicas de archivo: Naturaleza. Finalidad del archivo.
 - Archivo de documentos. Captación, elaboración de datos y su custodia.
 - Sistemas de archivo. Convencionales. Por microfilme. Informáticos.
 - Clasificación de la información.
 - 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.
 - Organización en carpetas del correo electrónico y otros sistemas de comunicación telemática.
- Reconocimiento de necesidades de clientes:

- Concepto e identificación del cliente: el cliente interno; el cliente externo.
- El conocimiento del cliente y sus motivaciones.
- 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.
- Los procesos en contacto con el cliente externo.
- 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.
- El consumidor.
- Instituciones de consumo:
- Normativa en materia de consumo:
- Procedimiento de recogida de las reclamaciones y denuncias.
- Tramitación y gestión.
- Potenciación de la imagen de la empresa:
- El marketing en la actividad económica: su influencia en la imagen de la empresa.
- Naturaleza y alcance del marketing.
- Políticas de comunicación.
- La publicidad: Concepto, principios y objetivos.
- Las relaciones públicas.
- La Responsabilidad Social Corporativa.
- Aplicación de procedimientos de calidad en la atención al cliente:
- La calidad de servicio como elemento de la competitividad de la empresa.
- Tratamiento de anomalías producidas en la prestación del servicio.
- Procedimientos de control del servicio.
- Evaluación y control del servicio.
- Control del servicio postventa.
- La fidelización del cliente.

4.2. Secuenciación de contenidos y distribución temporal

BLOQUES	UD	CONTENIDOS	HORAS
PRIMERA EVALUACIÓN			
La comunicación en la empresa	1	✓ Información, comunicación y comportamiento. ✓ El proceso de comunicación. ✓ Etapas y tipos de comunicación. ✓ Las relaciones en la empresa. ✓ Estructura organizativa de la empresa. ✓ Comunicación interna en la empresa. ✓ Comunicación externa.	17
Comunicación presencial	2	✓ Comunicación oral ✓ Elaboración del mensaje. ✓ Habilidades sociales. ✓ Situaciones y técnicas de comunicación presencial. ✓ Comunicaciones en el ámbito empresarial.	22
Comunicación telefónica	3	✓ Proceso de comunicación telefónica. ✓ Usos habituales del teléfono en la empresa. ✓ Expresión verbal y no verbal al teléfono. ✓ Protocolo en las llamadas telefónicas. ✓ Centralitas telefónicas. ✓ Equipos y medios en la comunicación telefónica. ✓ Informática en las comunicaciones.	13
SEGUNDA EVALUACIÓN			

Comunicación escrita	4	✓ Comunicación escrita ✓ Normas de redacción de documentos. ✓ Documentos de comunicación interna ✓ Documentos de comunicación externa. ✓ Soportes para elaborar y transmitir documentos. ✓ Canales de transmisión escrita de información. ✓ Herramientas de búsqueda de información. ✓ Aplicaciones informáticas de procesamiento de textos.	22
Tratamiento de la correspondencia y la paquetería	5	✓ Circulación de la correspondencia. ✓ Correspondencia de entrada. ✓ Correspondencia de salida. ✓ Procedimientos de la Administración pública. ✓ Servicios Correos. ✓ Compañías de mensajería. ✓ Medios telemáticos: funciones y procedimientos. ✓ Normas de seguridad y confidencialidad.	8
Archivo y clasificación de documentos		✓ Archivo en la empresa ✓ Tipos de archivos empresariales. ✓ Sistemas de clasificación de documentos. ✓ Archivos de documentos en papel. ✓ Archivo informático de datos. ✓ Soportes y materiales de archivos. ✓ Protección de la información: la LOPDPGDD	7
TERCERA EVALUACIÓN			
Detección de las necesidades del cliente y su satisfacción		✓ El cliente y su importancia para la empresa. ✓ Motivaciones y necesidades del cliente. ✓ Proceso de decisión de compra del cliente. ✓ Elementos de la atención al cliente. ✓ Departamento de atención al cliente. ✓ Comunicación y asesoramiento en la atención al cliente. ✓ Satisfacción y calidad. ✓ Evaluación del servicio y fidelización del cliente.	14
Atención de sugerencias, quejas y reclamaciones	8	✓ Valoración de la atención recibida. ✓ El consumidor y su protección. ✓ Normativa e instituciones en materia de consumo. ✓ Reclamaciones. ✓ Gestión empresarial de las reclamaciones. ✓ Resolución de una reclamación ante la Administración.	12
Potenciación de la imagen empresarial	9	✓ Función comercial de la empresa. ✓ Marketing: concepto y niveles de desarrollo ✓ Implantación del plan de marketing. ✓ El producto y sus estrategias. ✓ El precio y sus estrategias. ✓ Acercamiento físico al cliente: la distribución. ✓ Estrategias de comunicación con el cliente. ✓ Imagen y cultura de empresa.	9
Servicio Post-Venta	10	✓ Satisfacción y calidad ✓ Satisfacción ✓ Calidad en la prestación del servicio ✓ Evaluación del servicio y fidelización del cliente ✓ Evaluación y control del servicio. Tratamiento de errores y anomalías. ✓ Actitud proactiva para anticiparse a las incidencias. ✓ Contactos con el cliente externo y fidelización ✓ El Servicio post-venta	4

4.3. 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 Educación de igualdad de oportunidades entre sexos 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:

- a) 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.
- b) Análisis del lenguaje personal en el desempeño de la docencia para eliminar lenguaje sexista.
- c) En cada unidad didáctica se analizará el material para eliminar el lenguaje sexista.
- d) 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.

5. 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 a 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 conjugué adecuadamente el tiempo libre y el tiempo necesario para el desarrollo positivo de sus estudios), **flexible** (abierto 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 intergrupales 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.

5.1. Estrategias metodológicas

Nombre	Descripción
Activación	Realización de actividades para que el alumnado sea capaz de relacionar el contenido y competencias nuevas con contenidos anteriores y competencias básicas.
Aprendizaje basado en problemas	Planteado un problema, el alumnado debe investigar y trabajar para hallar una solución. Para ello, el alumnado debe razonar y aplicar su conocimiento.
Aprendizaje cooperativo	Resolución conjunta de tareas. En las actividades de taller como fórmula para el trabajo en equipo necesario en el entorno profesional.
Demostración	Presentación de actividades y tareas en las que el alumnado asiste a una demostración teórico-práctica del conocimiento y se ejemplifican las destrezas y técnicas que después aplicará el alumnado. La demostración puede hacerse: por el profesorado, por profesionales, entre iguales, etc.
Trabajo por retos	Método inductivo, no se propone un problema a resolver, se ofrece al alumnado conceptos generales de los que obtienen retos que deberán abordar para aportar soluciones.
Estrategias expositivas	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	Con esta técnica se pretende que el alumnado investigue y sea el protagonista de su aprendizaje. Las técnicas que utilizaremos, principalmente, serán las siguientes: ✓ Debate y discusión razonada promoviendo el respeto a la participación por turno de palabra. ✓ 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, etc.) ✓ Clase invertida, el alumnado será el protagonista del proceso de aprendizaje y se utilizará en determinadas unidades del módulo

Actividades de Enseñanza Aprendizaje

Las actividades son uno de los elementos más importantes 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.

5.2. Recursos

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.

6. 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.

6.1 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.

6.2. Relación entre unidades didácticas, resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

	Criterios de Evaluación	RA
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 lapaquetería	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 desu 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

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 cada 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 aprendizaje 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, siempre que todos los Resultados de Aprendizajes tengan una calificación igual o superior a cinco.

7. RECUPERACIÓN

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 aprendizaje.

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 p

7.1. Técnicas e instrumentos de evaluación

Se utilizarán los siguientes, determinando el docente cuáles, concretamente, serán los que se usen para la evaluación y calificación de los diferentes RAs y CEs.

Nombre	Descripción
Cuestionario	Relación de preguntas con diferentes tipos de respuestas (única, múltiple, respuesta breve ...)
Resolución de actividades	Tareas o ejercicios concretos y aislados de aspectos curriculares, que pueden seguir una secuencia lógica o acumulativa.
Prueba objetiva	Conjunto de tareas teórico-prácticas con limitación temporal.
Actividad de investigación	Mediante unas indicaciones previas, se conduce al alumnado en un proceso de autogestión para alcanzar determinados objetivos.
Exposición o presentación	Actividad de carácter expositivo en la que el alumnado sintetiza y presenta un producto elaborado.
Prueba objetiva de recuperación	Prueba objetiva de recuperación
Actividades de recuperación	Actividades de recuperación

8. 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 McGraw Hill.

9. MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

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 etc.) 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.

10. PLAN DE LECTURA

UnDe acuerdo con las Instrucciones de 21 de junio de 2023, de la Viceconsejería de Desarrollo Educativo y Formación Profesional, sobre el tratamiento de la lectura para el despliegue de la competencia en comunicación lingüística en Educación Primaria y Educación Secundaria Obligatoria, la lectura es una actividad inseparable e inherente al hecho de aprender.

En el itinerario lector del alumnado y en su experiencia lectora en el sistema educativo sucede que se pasa de aprender a leer a aprender leyendo. En la actualidad, el alumnado se enfrenta diariamente a un número ingente de textos multimodales, en distintas situaciones comunicativas, con diversas intenciones con los que, como individuo en sociedad, debe tomar decisiones, seleccionar las fuentes más fidedignas y aplicar criterios de recopilación de la información. Es, por tanto, la lectura un fenómeno transversal a toda materia o área en el ámbito de un centro docente que requiere de una planificación adecuada para lograr el mayor nivel de competencia en comunicación lingüística en la equidad, la calidad y la inclusión plena del alumnado en la Educación Básica y en la Educación Postobligatoria

En este sentido, en el ámbito educativo, la experiencia lectora que acumula el alumnado en su itinerario lector se convierte en un medio para construir y comunicar conocimientos, poner en uso funcional la lengua, edificar una identidad cultural y propia, desarrollar la capacidad de enfrentarse a distintas fuentes informativas, formas discursivas o a desarrollar la aplicación de estrategias lectoras para interactuar con los textos. En definitiva, las prácticas letradas, en el devenir del alumnado por los distintos niveles educativos, van conformando un lector, que revierte su experiencia lectora en habilidades y destrezas o desempeños de aprendizaje a lo largo de la vida.

Huelga decir que la lectura constituye una actividad clave en la educación y en el aprendizaje permanente de los individuos ya que supone uno de los principales instrumentos de aprendizaje cuyo dominio abre las puertas a nuevos conocimientos. Más aún, las prácticas letradas son un hecho que desborda los márgenes de los centros docentes y se convierten en la piedra angular de actuaciones de todo tipo, en todos los ámbitos y contextos. Así, la lectura tiene propósitos muy diversos que están al servicio de las necesidades e intereses del lector. Se lee para obtener información, para aprender, para comunicarse, para interactuar con el texto escrito, para disfrutar con las propuestas estéticas y éticas de la lectura o para establecer comunicación y diálogo con los interlocutores. En definitiva, para edificar una identidad propia en cada individuo.

Todas estas finalidades, que se persiguen con el planteamiento del trabajo con la lectura, tienen que estar presentes en el diseño y planificación de la lectura en el aula, por lo que deberían desarrollarse estrategias comunes, derivadas del proyecto educativo y de la mejor contextualización para facilitar al alumnado su desarrollo.

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 las actividades de fomento de la lectura son:

- Favorecer la comprensión 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.

Con carácter general, las actuaciones dirigidas a mejorar la competencia lectora del alumnado tendrán en consideración que la organización del tiempo de la lectura planificada deberá incluir tres momentos de desarrollo: antes, durante y después.

Antes:

Las actividades de prelectura deberán estar diseñadas para motivar el interés y para activar el mundo de referencias y conocimientos que previamente posee el alumnado. La presentación de conceptos, del vocabulario, del formato de lectura, entre otras cuestiones, se pueden sugerir como estrategias previas a la comprensión del texto.

En esta fase de la planificación se pueden introducir elementos de comprensión como causa y efecto, comparación y contraste, personificación o técnicas de trabajo intelectual. Es el momento de dotar de objetivos a la lectura y dirigir al alumnado a la necesidad de leer.

Durante:

Las actividades durante la lectura ayudan a establecer inferencias de distinto tipo, a la revisión y comprobación de lo que se ha leído, a la toma de conciencia sobre la entonación empleada, a una relectura formativa en distintas dimensiones textuales y a un proceso de autoaprendizaje.

Después:

Las actividades tras la prelectura y la lectura deben dirigirse a la recapitulación, puesta en práctica de lo leído, el debate de ideas, el uso del conocimiento adquirido en distintos contextos de aprendizaje.

Las actividades propuestas son:

- Lectura de textos especializados en Gestión Logística y Comercial, haciendo especial hincapié en noticias de interés y de actualidad.
- Reproducción de videos o podcast relacionados con la materia.

11. 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.

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.

12. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES

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

13. 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.

14. PLAN FORMATIVO EN EMPRESA

En la siguiente tabla se detallan qué resultados de aprendizaje del módulo se desarrollarán en empresa, ya sea de modo exclusivo o compartido. La evaluación de cada RA se llevará a cabo, por lo tanto en el IES o en la empresa, dependiendo de dónde se desarrolle el mismo:

Código	Centro	Empresa
0437.1. Selecciona técnicas de comunicación, relacionándolas con la estructura e imagen de la empresa y los flujos de información existentes en ella	X	
0437.2. Transmite información de forma oral, vinculándola a los usos y costumbres socioprofesionales habituales en la empresa	X	
0437.3. Transmite información escrita, aplicando las técnicas de estilo a diferentes tipos de documentos propios de la empresa y de la Administración Pública	X	
0437.4. Archiva información en soporte papel e informático, reconociendo los criterios de eficiencia y ahorro en los trámites administrativos		X
0437.5. Reconoce necesidades de posibles clientes aplicando técnicas de comunicación	X	
0437.6. Atiende consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes aplicando la normativa vigente en materia de consumo	X	
0437.7. Potencia la imagen de empresa reconociendo y aplicando los elementos y herramientas del marketing	X	
0437.8. Aplica procedimientos de calidad en la atención al cliente identificando los estándares establecidos	X	

Para la consecución de este RA dualizado, se propone la realización de la siguiente actividad profesional:

- Realizar la función de archivo y clasificación de la documentación, tanto en soporte papel como en soporte informático.

Asimismo, el tutor laboral evaluará cualitativamente al alumnado utilizando los siguientes ítems de referencia: (superado/no superado): El alumnado:

- Conoce la finalidad y la importancia de realizar la función de archivo en la empresa.
- Utiliza bases de datos informáticas (Access, u otra similar).
- Clasifica la documentación de la forma más óptima según el tipo de documento.
- Organiza la documentación en formato digital
- Consulta la información necesaria para la actividad empresarial.
- Respeta la normativa vigente y los niveles de protección de la información.
- Aplica la técnica de las 3R (reducir, reutilizar, reciclar).

El periodo de formación dentro de la empresa se desarrollará en dos fases, asignándose cada uno de los grupos de 1º CFGM, A y B, a cada uno de ellos:

a) Primer periodo: del 10 de marzo al 11 de abril de 2025.

b) Segundo periodo: del 21 a abril al 27 de mayo de 2025.

15. ANEXOS

1. ANEXO A LA PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA DEL MÓDULO COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE SOBRE EL USO DE DISPOSITIVOS MÓVILES EN EL AULA

El Proyecto Educativo de nuestro centro limita el uso de dispositivos móviles en el mismo en virtud de la instrucción de 4 de diciembre de 2023 de la Viceconsejería de Desarrollo Educativo y Formación Profesional sobre determinados aspectos para la regulación del uso de los teléfonos móviles en los centros educativos dependientes de la Consejería de Desarrollo Educativo y Formación Profesional.

De esta limitación general se excluye al alumnado que lo requiera atendiendo a sus circunstancias personales, que tendrán que ser debidamente acreditadas ante la dirección del centro por los representantes legales del alumnado, en caso de menores de edad; o por necesidades pedagógicas expresamente recogidas en la programación didáctica de la asignatura o módulo profesional correspondiente .

Por todo lo anterior, con el presente anexo se procede a la modificación de la programación didáctica del módulo de Comunicación Empresarial y Atención al Cliente, haciendo constar que:

1. Se permitirá el uso de dispositivos electrónicos con conexión a internet con el fin de tener acceso a las plataformas educativas tipo Moodle Centros, Google Classroom, Microsoft 365 Education o similares.
2. Se permitirá la consulta puntual de contenidos relacionados con el citado módulo, siempre bajo indicación expresa del profesor/a.

En Chiclana de la Frontera, a 6 de noviembre de 2025