



DEPARTAMENTO

DE

ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN

Programación Didáctica

1º ADMINISTRACIÓN
Y
FINANZAS

COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN
AL
CLIENTE

CURSO 2023-2024

CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN AL CICLO

- 1.0. Contextualización de la programación al entorno de aprendizaje
- 1.1. Datos de Identificación del Ciclo de Grado Superior en Administración y Finanzas
- 1.2. Competencia general del ciclo
- 1.3. Contribución del ciclo al desarrollo del Proyecto Educativo del Centro y a la PGA
- 1.4. Actividades complementarias y extraescolares
- 1.5. Seguimiento, revisión y ajuste de la programación
- 1.6. Actuaciones previstas según lo contemplado en la memoria 2022/23

2. PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO

- 2.0 Distribución resultados de aprendizaje y secuenciación del módulo. Mapa criterial
- 2.1. Objetivos Generales del Ciclo vinculados al Módulo
- 2.2. Competencias profesionales, personales y sociales vinculadas al Módulo
- 2.3. Resultados del aprendizaje, criterios de evaluación y contenidos
- 2.4. Metodología, espacios, recursos y materiales
- 2.5. Estrategias para desarrollar la educación en valores y la interdisciplinariedad
- 2.6. Atención a la diversidad.
- 2.7. Evaluación
- 2.8. Planes de recuperación

3. SECUENCIA DE UNIDADES DE TRABAJO (U.T.) y consideraciones

Unidades de trabajo (Edit. Macmillan)

1. INTRODUCCIÓN AL CICLO

1.0 CONTEXTUALIZACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN AL ENTORNO DE APRENDIZAJE

Esta programación didáctica está contextualizada en el IES MESA Y LÓPEZ, ubicado a la altura del Barrio de Guanarteme en la parte alta de la Avenida Mesa y López, 69 en Las Palmas de G.C, pudiéndose también acceder por la calle peatonal Jesús Ferrer Jimeno. Tras la reestructuración y obras realizadas en el verano del año 2017, el centro alberga los grupos de Educación Secundaria Obligatoria (ESO), de Bachillerato en sus dos modalidades de Ciencias y Humanidades y Ciencias Sociales, Formación Profesional Básica de la familia profesional de Comercio y Marketing y Ciclos Formativos de grado superior y medio de las familias profesionales de Administración y Gestión y de Comercio y Marketing en modalidad presencial y semipresencial.

El entorno sociocultural y económico de la zona es de nivel medio, ahora bien, la procedencia de la mayor parte del alumnado de Formación Profesional es de distintos lugares de la isla de Gran Canaria con residencia en zonas cercanas al centro, lo que significa que el alumnado pertenece a diferentes enclaves sociales y situaciones socioeconómicas diversas.

Respecto a la actividad económica en el municipio de Las Palmas de G.C. se destaca que existen diversas zonas industriales próximas al centro, donde se ubican empresas del sector industrial y comercial como el Polígono Industrial Miller Bajo, Polígono Industrial Las Torres-Lomo Blanco, Polígono Industrial Escaleritas, Polígono Industrial Barranco Seco, Polígono Industrial El Sebadal, Polígono Industrial Área Portuaria, etc., diversos Centros Comerciales de gran superficie con diversidad de comercios y empresas de restauración y entretenimiento, así como, empresas del sector turístico y centros sanitarios públicos y privados, todas ellas constituye el eje laboral del municipio y suponen un aumento de la demanda de titulados en Formación Profesional de distintas especialidades.

El centro cuenta con la infraestructura y los recursos educativos necesarios para la puesta en práctica de las distintas especialidades formativas que imparte. Todas las aulas están dotadas con ordenador para el profesorado, con conexión a Internet y proyector, además dispone de dos aulas de informática, una de ellas, aula Medusa, así como de aulas específicas (talleres, laboratorios) tanto para la ESO como para Bachillerato. La Formación Profesional dispone de sus propias aulas situadas en la segunda y tercera planta y equipadas con material específico y adaptado a las enseñanzas que se imparten orientadas al mundo laboral, tal es el caso de equipos informáticos, proyectores, cámaras web, micrófonos, altavoces, conexión a internet,... para el uso del alumnado.

Respecto al uso de recursos TIC's (Tecnologías de la Información y la Comunicación) las nuevas tecnologías, Internet y las redes sociales se han convertido en un elemento indispensable en la sociedad, especialmente entre la gente joven. Estas herramientas constituyen una plataforma estupenda y un altavoz importante para la educación en valores y, a su vez, sirve para que toda la comunidad educativa conozca y se beneficie del trabajo que se realiza en clase, algo que antiguamente sólo ocurría de puertas para adentro del aula.

Estos medios, además, son de especial relevancia para las familias, que gracias a la inmediatez de las redes sociales se pueden sentir informados de una manera más rápida, interactiva y eficiente de todas las noticias, eventos y convocatorias que surgen en nuestro centro.

El IES MESA Y LÓPEZ sigue creciendo en el uso educativo de las redes sociales como Facebook, Instagram y Twitter que no sólo han pasado a ser parte a toda la comunidad educativa, sino que se

han constituido en un lugar de encuentro y formación para todas las personas e instituciones que de alguna manera participan del proyecto educativo.

El centro está en una buena situación con respecto a las instalaciones y el equipamiento TIC además con conexiones a Internet estables. Se potencia igualmente el uso de la plataforma Google Classroom de la plataforma Moodle de Formación Profesional: “Campus de las Enseñanzas Profesionales”. Igualmente se dispone de una página web que cumple su cometido actual: almacenar la información oficial, criterios de calificación, horarios, formularios, y demás documentación relacionada.

La Comunidad Educativa del centro está formada por aproximadamente 1.100 alumnos y alumnas y sus familias, distribuidos en 44 grupos siendo un centro del Tipo B. El Claustro lo componen aproximadamente 83 profesores y profesoras que se mantiene bastante estable. Es un profesorado dinámico, participativo que lleva a cabo numerosos proyectos, y en cuanto al alumnado de Ciclos de Formación Profesional, la Formación Profesional Básica el alumnado tiene unas características que le son propias, obteniéndose los resultados de su trabajo y del docente, especialmente en el segundo curso. El resto de alumnado de la Formación Profesional cuenta con edades comprendidas entre los 16 y 20 años y buscan un futuro profesional, por lo que el interés y dedicación es bastante bueno, a tenor de los resultados académicos, especialmente en los segundos cursos. En el caso de Formación Profesional en la modalidad semipresencial, el rango de edad es más amplio, siendo por lo general alumnado que había abandonado sus estudios para incorporarse al mundo laboral y que ahora ha tomado conciencia de la necesidad de adquirir esta titulación para aumentar sus expectativas laborales. Numerosos/as alumnos/as del centro han sido premios extraordinarios de Formación Profesional.

El Personal de Administración y Servicios del centro se rige por la Ley de Función Pública y por el Convenio Colectivo de dicho personal, asciende actualmente a un total de 7 personas, 3 miembros pertenecientes a la categoría de auxiliar administrativo, de las que uno comparte centro con el CEIP Galicia y 4 trabajadores pertenecientes a la categoría de personal subalterno, dos están en turno de mañana, uno en turno de tarde y otro en turno de noche.

Por su dependencia orgánica de la Consejería de Educación y Universidades, el centro mantiene una estrecha relación con los diferentes centros directivos: Dirección General de Centros e Infraestructura Educativa, Dirección General de Personal, Dirección General de Formación Profesional, Secretaría General Técnica de Educación, y especialmente con la Inspección Educativa. Además, el centro mantiene o ha mantenido relaciones de colaboración con diferentes instituciones y organismos: Fundación ADSIS, Ayuntamiento, Asociación “Guanarteme se mueve”, ...con estas relaciones se promueve la participación y la colaboración buscando que la comunicación y el intercambio de información sea fluido y frecuente.

PROYECTOS EDUCATIVOS DEL CENTRO

AICLE: el centro viene hace años apostando por el bilingüismo. Las siglas AICLE hacen referencia a la enseñanza de un determinado número de materias a través de una lengua extranjera con el objetivo doble de aprendizaje de contenidos y el aprendizaje simultáneo de una lengua extranjera, en nuestro caso en inglés. Actualmente se imparte en los cuatro niveles de la ESO y se ha optado por no tener grupos AICLE y no AICLE, habiendo grupos heterogéneos y desdobles en los momentos de impartir las materias en inglés.

Proyecto ERASMUS PLUS: el centro tiene una tradición de más de 17 años en la participación en programas europeos tales como Leonardo (2003), Asociación multilateral COMENIUS (2007), Ayudante lingüístico COMENIUS (2008) y nuevamente se participó en la Asociación Multilateral

Comenius (2013). En 2013, se consiguió la Carta Erasmus de Educación Superior (ECHE), lo que nos permitió empezar a mandar alumnado de ciclos superiores de Formación Profesional a realizar la Formación en Centros de Trabajo (FCT) en países de la Unión Europea, a través del Programa Erasmus+ KA131.

Dentro del Programa Erasmus+, el Instituto ha sido centro coordinador del proyecto Erasmus Plus KA229 (proyectos europeos de aprendizaje y movilidad dirigidos a profesorado y alumnado de primaria y secundaria), y actualmente se está trabajando en la solicitud de una nueva acreditación.

El centro dispone de un Departamento Internacional conformado actualmente por un miembro de la dirección del centro, el coordinador Erasmus+, y la Jefa del Departamento de Inglés.

Otros proyectos del centro:

- ESTALMAT
- Nuevas estrategias metodológicas para la mejora del rendimiento en atención a la diversidad.
- Arte a la vista
- Prevención de riesgos laborales de la comunidad educativa
- Dinamización de la biblioteca y plan lector
- Desarrollo del plan de comunicación lingüística, dinamización de la biblioteca, radio y plan lector.
- Referente acoso escolar y familias
- Implementación metodologías activas en 1º de la ESO innovación metodológica-Tablets (matemáticas)
- Implementación metodologías activas en 1º de la ESO innovación metodológica-Tablets (Lengua castellana y literatura)
- Recreos educativos: por la inclusión y la resolución dialogada de conflictos. aulas de convivencia de recreos, GESTIONANDO EMOCIONES.
- Proyecto de FP: " Resalta tu Luz. Tu luz es única, nos ilumina y de noche se ve tu estrella ".

Participamos y dinamizamos las siguientes Redes educativas:

Redes INNOVAS:

- Igualdad y Educación afectivo-sexual.
- Comunicación Lingüística, Bibliotecas y Radio escolares.
- Educación ambiental y sostenibilidad.
- Arte y acción cultural.
- Patrimonio Social, Cultural e Histórico Canario.

Redes de coordinación de enseñanzas profesionales:

- Innovación.
- Emprendimiento.

En cuanto a la atención a la diversidad del alumnado, el centro cuenta con los criterios y procedimientos para atender al alumnado con Necesidades Específicas de Apoyo Educativo (NEAE), que en función de su evolución se llevarán a cabo las adaptaciones que sean precisas, en coordinación con el Departamento de Orientación, de manera que se consiga la flexibilidad necesaria a la que se hará mención a lo largo de esta programación.

El centro cuenta con un Plan de acogida del alumnado extranjero.

1.1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL TÍTULO. -

El título de **Técnico Superior en Administración y Finanzas** y queda identificado por los siguientes elementos:

- Denominación: Administración y Finanzas.

- Nivel: Formación Profesional de Grado Superior.
- Duración: 2000 horas.
- Familia Profesional: Administración y Gestión.
- Referente europeo: CINE-5b (Clasificación Internacional Normalizada de la Educación).
- Nivel del Marco Español de Cualificaciones para la educación superior: Nivel 1 Técnico Superior.

La normativa aplicable:

Título: El Real Decreto 1584/2011, de 4 de noviembre.

Currículo MEC: Orden ECD/308/2012, de 15 de febrero.

Por otra parte, establece el currículo correspondiente. Entre las enseñanzas contempladas en el Real Decreto figura el módulo denominado **COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE** (Código 0651), objeto de esta programación.

1.2. COMPETENCIA GENERAL DEL TÍTULO. -

La competencia general (artículo 4) de este título consiste en organizar y ejecutar las operaciones de gestión y administración en los procesos comerciales, laborales, contables, fiscales y financieros de una empresa pública o privada, aplicando la normativa vigente y los protocolos de gestión de calidad, gestionando la información, asegurando la satisfacción del cliente y/o usuario y actuando según las normas de prevención de riesgos laborales y protección medioambiental.

Este profesional ejerce su actividad tanto en grandes como en medianas y pequeñas empresas, en cualquier sector de actividad, y particularmente en el sector servicios, así como en las administraciones públicas, desempeñando las tareas, realizando trámites administrativos con las administraciones públicas y gestionando el archivo y las comunicaciones de la empresa.

Podría ser trabajador por cuenta propia, efectuando la gestión de su propia empresa, o a través del ejercicio libre de una actividad económica, como en una asesoría financiera, laboral, estudio de proyectos, entre otros

1.3. CONTRIBUCIÓN DEL CICLO AL DESARROLLO DEL PROYECTO EDUCATIVO DEL CENTRO Y LA PGA

A través de los distintos módulos que se imparten en el ciclo, en coordinación con las redes de innovación y emprendimiento, se contribuirá al alcance de los Ejes de Actuación y objetivos estratégicos fijados por la Consejería de Educación, Formación Profesional, Actividad Física y Deportes, para el curso 2023-2024, y explicitados en la PGA de nuestro centro educativo:

OE 1 - Aumentar la calidad, la equidad, la inclusión y el éxito escolar.

OE 2 - Impulsar la competencia en comunicación lingüística y bilingüismo.

OE 3- Incentivar el estudio de las áreas STEM (Ciencia, Tecnología, Ingeniería, Arte y Matemáticas)

OE 4 - Potenciar la cultura de la evaluación y la autonomía de los centros educativos.

OE 5 - Favorecer la mejora del bienestar físico y emocional del alumnado.

OE 6 - Promover la actividad física, el deporte y una alimentación saludable.

OE 8 - Reforzar el reconocimiento social y profesional del profesorado.

OE 9 - Mejorar el reconocimiento de la función directiva.

OE 10 - Hacer realidad la transformación digital de la Administración.

- OE 11 - Simplificar la gestión administrativa en los centros educativos.
- OE 12 - Renovar y ampliar las infraestructuras educativas.
- OE 13 - Conocer y valorar el patrimonio histórico, natural, social y cultural.
- OE 14 - Impulsar la dimensión europea e internacional de la educación.
- OE 15 - Fomentar la participación de las familias en los centros educativos

En el departamento se resaltan los siguientes ejes:

ENTORNOS EDUCATIVOS SOSTENIBLES. CALIDAD, EQUIDAD, INCLUSIÓN Y ÉXITO ESCOLAR, FAVORECIENDO EL BIENESTAR FÍSICO Y EMOCIONAL DEL ALUMNADO

Mediante el desarrollo de las competencias y los aprendizajes, se educará haciendo partícipe al alumnado en la contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible:

- Desarrollar estilos de vida respetuosos con el medio ambiente, los derechos humanos, la igualdad de género, la promoción de una cultura de paz y no violencia, la ciudadanía mundial y la valoración de la diversidad cultural.
- Favorecer la participación equilibrada de mujeres y hombres en los trabajos grupales, alternando los cargos. Se trabajará de manera transversal el principio de igualdad de mujeres y hombres, planteando la no discriminación entre alumnas y alumnos y la necesidad de impulsar una formación proactiva hacia la igualdad de unas y otros, posibilitando el avance hacia una igualdad laboral real de mujeres y hombres en su proceso formativo, su profesión y su entorno laboral.
- Potenciar normas y actitudes para combatir la contaminación ambiental.
- Concienciar hacia el consumo responsable.
- Seleccionar los diferentes residuos y aplicar técnicas de aprovechamiento de recursos escasos: técnica de 3R (reducir, reciclar y reutilizar) en el papel, tinta, energía, agua, etc.
- Con la implantación de un enfoque metodológico desarrollado en el marco del *DUA (Diseño universal del aprendizaje)* se buscará que el aprendizaje sea accesible y efectivo para todos los estudiantes, independientemente de sus habilidades, preferencias de aprendizaje o intereses, con el objetivo de no dejar a nadie en el camino.

IMPULSAR LA DIMENSIÓN EUROPEA E INTERNACIONAL DE LA EDUCACIÓN.

Mediante la promoción entre el alumnado de grado superior, para realizar la FCT en otros países europeos, a través de programa Erasmus + KA131, se desarrollarán estrategias que mejoren la internacionalización del sistema educativo canario.

EDUCACIÓN SUPERIOR Y ENSEÑANZAS PROFESIONALES Y DE PERSONAS ADULTAS. TRANSFORMACIÓN DIGITAL. FORMACIÓN DEL PERSONAL DOCENTE.

En los tiempos actuales la digitalización es necesaria para cualquier organización, por lo que las inversiones y las propuestas de formación del profesorado, están orientadas a la modernización de nuestros recursos y a la adquisición de competencias digitales básicas y avanzadas, en el sector de la administración de empresas.

El profesorado del departamento realizará al menos 10 horas de formación en digitalización, organizada a través de la familia profesional, DGFP y EA, PFC, CEPs u otros organismos

competentes. Desde el inicio del curso se está trabajando con clases virtuales, videoconferencias, redes sociales, buscadores de internet o buscadores web, aplicaciones informáticas de gestión de empresas, etc., lo que contribuye a fortalecer y modernizar las enseñanzas profesionales adaptándolas a las necesidades del sistema productivo. El Centro cuenta con una Base de Datos del alumnado titulado de las diferentes familias profesionales que se imparten en el Centro (Bolsa de Trabajo), a disposición de todas las empresas que requieran de sus servicios.

Con el fin de impulsar la *educación superior y enseñanzas profesionales y de personas adultas*, promoviendo el aprendizaje a lo largo de la vida y con ello la mejora del crecimiento personal, social y económico, con anterioridad al periodo de solicitud de plazas para el siguiente el curso, a través de nuestras redes sociales, se promocionan nuestras enseñanzas, transmitiendo toda la información de interés al respecto.

CONOCER Y VALORAR EL PATRIMONIO HISTÓRICO, NATURAL, SOCIAL Y CULTURAL.

Al alumnado del primer curso se les acerca a diversas entidades del entorno, realizando visitas a empresas industriales de Canarias como TIRMA, SA, KALISE, SA, Grupo Cencosu,

En el segundo curso, dada la importancia que el PUERTO DE LA LUZ ha tenido en el crecimiento de nuestra economía y su trascendencia para el tejido productivo y social de nuestro territorio, así como la realización próxima, para algunos de nuestros alumnos y alumnas, de su Formación en Centros de Trabajo en alguna de las empresas del Puerto Las Palmas, se realiza una visita familiarizándolos con las zonas y vocabulario empleado en el sector portuario.

También acercamos a las empresas al Centro educativo; nuestros alumnos y alumnas reciben a emprendedores-as de origen canario, que les trasladan sus experiencias y les transmiten las actitudes y aptitudes necesarias para iniciar un nuevo proyecto empresarial a través de ideas y oportunidades. Además, reciben formación impartida por la Cámara de Comercio de Gran Canaria, en fomento del espíritu empresarial, el empleo y la mejora del capital humano en nuestras islas.

A través de una ruta a pie, nuestro alumnado localizará a las Administraciones Públicas Canarias, con las que se relacionan las empresas: Ayuntamiento, OMIC, sede del Gobierno de Canaria, Seguridad Social, Hacienda Estatal y Hacienda Autonómica, Cámara de Comercio y Cabildo Insular de Gran Canaria.

Asimismo, con el alumnado de ESO y Bachillerato en las materias de Economía, se recorrerán espacios naturales en los que se analizarán aspectos de la geografía y economía canaria.

1.4. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES PARA ESTE CURSO

"La planificación de la actividad se realizará con 10 días de antelación y las autorizaciones se entregarán a Vicedirección, con el listado de participantes y no participantes, 5 días antes. En la autorización se hará constar el consentimiento o desistimiento para la difusión de la imagen. Al finalizar la actividad se debe hacer una breve evaluación de la actividad indicando el grado de satisfacción, propuestas de mejora o cualquier apunte que creamos pueda resultar útil al realizar esta misma actividad en el futuro".

Las actividades que podrían realizar el alumnado, según lo acordado por el departamento para el curso 2023-2024 serían las siguientes:

RELACIÓN DE ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES DEL DEPARTAMENTO ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN – 2023/24

DEPARTAMENTO	NIVEL	FECHA	LUGAR	ACTIVIDAD	DURACIÓN	RESPONSABLES
Administración y Gestión	1ADFM 2ADFM RESTO HASTA COMPLETAR AFORO	04/10/2023	SALÓN DE ACTOS DEL IES MESA Y LÓPEZ	VISITA DE EMPRENDEDORAS CHARLA COMUNICATIVA – REPEOPLECO-	3 H	CARLOS CAZORLA DAVID SUÁREZ
Administración y Gestión	2ADFM 2GAD	06/10/2023	BANCO DE ESPAÑA ZONA TRIANA	VISITA AL BANCO DE ESPAÑA (GEF)	5 HORAS A partir de las 9	DAVID SUÁREZ MÓNICA M. Y MOORJANI
	2ADFT	10/10/2023		ACTIVIDAD DE CONVIVENCIA		MÓNICA M. Y MOORJANI GLORIA MARRERO
Administración y Gestión	1GAD	10/10/23	ZONA MESA Y LÓPEZ PLAYA DE LAS CANTERAS	CONOCER EL ENTORNO EMPRESARIAL ACTIVIDAD DE CONVIVENCIA	TODA LA MAÑANA	ELOÍSA CABRERA CARLOS CAZORLA
Administración y Gestión	1ADFM 2ADFM	20/10/2023	SEDE REPEOPLECO LA MINILLA	VISITA A EMPRENDEDORAS CHARLA COMUNICATIVA – REPEOPLECO-	2 HORAS Después del recreo. Salida a partir de las 11:00	CARLOS CAZORLA MÓNICA M. Y MOORJANI
Administración y Gestión	1ADFM 1ADFT	PRIMER TRIMESTRE 27/10/2023	RUTA IES-TRIANA AEAT- SEG. SOCIAL GOBIERNO DE CANARIAS	VISITA INSTITUCIONES PUBLICAS ACTIVIDAD DE CONVIVENCIA	TODA LA MAÑANA	CARLOS CAZORLA GLORIA MARRERO ARACELI HIDALGO

Administración y Gestión	2ADF M/T	1T/2T (Pendiente confirmación)	LAS MAJORERAS. (MERCADONA) POLIGONO DE ARINAGA (LIDL)	VISITA A UN CENTRO LOGÍSTICO.	4H A 5H	Mª AMALIA HERNÁNDEZ
Administración y Gestión	1º GSAFM	1T/2T/3T	ZONA COMERCIAL MESA Y LÓPEZ	VISITA A EMPRESAS ZONA MESA Y LÓPEZ	2/2/2 HORAS MÓDULO GTJ	CARLOS CAZORLA
Administración y Gestión	2ADFM 2GAD	1T/2T (Pendiente confirmación)	PUERTO DE LAS PALMAS	VISITA GUIADA AL ENTORNO MARÍTIMO PORTUARIO	09:00-14:00	DAVID SUÁREZ BLANCA YÁNEZ
Administración y Gestión	1º AYF	DICIEMBRE	CAFETERIA ZONA MESA Y LÓPEZ	DESAYUNO COLECTIVO	2 HORAS	BLANCA YÁNEZ
Administración y Gestión	2º GAD	FEBRERO	CAFETERIA ZONA MESA Y LÓPEZ	DESAYUNO COLECTIVO	2 HORAS	BLANCA YÁNEZ
Administración y Gestión	1GAD	3T 4 DE ABRIL	ESCALERITAS	VISITA A UNA AMPRESA CANARIA – TIRMA, SA	3-4 HORAS	ELOÍSA CABRERA CARLOS CAZORLA
Además, a lo largo del curso, se irán concertando diversas charlas sobre hábitos socio-laborales, entrevista de trabajo, emprendimiento,						
			Observaciones			

1.5. SEGUIMIENTO, REVISIÓN Y AJUSTE DE LA PROGRAMACIÓN. -

Una vez iniciado las clases ordinarias, esta programación quedará sujeta a posibles cambios en su diseño y desarrollo, a partir de las valoraciones realizadas por el alumnado, departamento y Equipo Educativo, que aconsejen posibles modificaciones. De dichas modificaciones se informará de manera adecuada al alumnado, el cual no podrá resultar, en ningún caso, perjudicado.

Al finalizar cada evaluación trimestral se realizará un seguimiento de la programación informando de los contenidos impartidos, dificultades encontradas, adaptaciones de aula, adaptaciones curriculares, resultados académicos y propuestas de mejora.

1.6 ACTUACIONES PREVISTAS SEGÚN LO CONTEMPLADO EN LA MEMORIA 22/23

Como propuestas de mejora se indicó lo siguiente:

Se establece propiciar la coordinación de los equipos educativos, cuyos miembros conjuntamente, insistirá en la conveniencia de desarrollar la cultura del esfuerzo, para potenciar el desarrollo del talento y lograr el éxito personal y profesional. En la búsqueda de la mejora del éxito escolar, se propone:

- Realizar en el inicio de curso actividades que favorezcan la motivación y la relación entre los miembros del grupo de clase.
- Fomentar la asistencia regular y la participación activa en clase de todo el alumnado del módulo e incentivando el trabajo en el aula. Desde el inicio de curso, se debe insistir en la necesidad de proveerse de los recursos necesarios para trabajar el módulo, no faltar a las clases, realizar diariamente en casa las actividades propuestas y reforzar los contenidos de cada sesión.
- Trabajar la importancia de la actitud positiva y proactiva hacia el trabajo por parte del alumnado, para seguir el ritmo de aprendizaje y de trabajo adecuados al ciclo y que se traducen en el saber hacer y el saber estar de cara a la empresa. Resaltar los contenidos actitudinales: además del esfuerzo en el trabajo diario, reiterar la importancia de la puntualidad, comportamiento asertivo, seguimiento de instrucciones, cumplimiento de normas, iniciativa, autonomía y trabajo en equipo.
- Analizar cada semana con los alumnos con faltas de asistencia, el motivo que las produce y si se van a alargar en el tiempo, para poder mandar tareas de refuerzo en caso de que se produzca por causas justificadas. Valorar también la posibilidad de incorporarlos/las al turno semipresencial o a distancia.
- Realizar actividades complementarias como visitas a distintas organizaciones, charlas de expertos, emprendedores/as, etc.
- Iniciar cuanto antes las distintas aplicaciones informáticas.
- Fomentar el trabajo en equipo, a través del desarrollo de proyectos en grupo de alumnos-as.
- Trabajar la lectura comprensiva, en el desarrollo de las distintas unidades de trabajo.
- Impulsar la integración entre módulos del ciclo, para trabajar proyectos interdisciplinarios y con otros ciclos.
- Participación de la FP de forma activa en las actividades del centro como pobreza, medioambiente, igualdad, etc., trabajando también estos aspectos desde los contenidos propios de los distintos módulos: responsabilidad social corporativa, aplicación de la técnica de las 3R en el uso de los recursos empresariales, protección al trabajador y respeto de los derechos humanos en el ámbito laboral, igualdad salarial, etc.

2. PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO

La actividad lectiva se desarrollará de forma presencial, escenario en la que se desarrolla la programación. Si por causas educativas excepcionales (sanitarias, fenómenos meteorológicos adversos, desarrollo de pruebas de EBAU, pruebas de oposiciones, ...) resulte necesaria la implantación por tiempo limitado de formas no presenciales de impartición de las enseñanzas, la actividad será desarrollada a través de las plataformas digitales Google Classroom, Google Meet y Píxel Ekade.

Al inicio de este curso se realizarán pruebas iniciales que permitan reajustar la programación didáctica del módulo y establecer, en su caso, las medidas de refuerzo y apoyo que correspondan.

Las primeras semanas de curso se dedicarán a **repasar y reforzar los contenidos básicos**, necesarios para desarrollar con aprovechamiento los aprendizajes que corresponden a este curso. Además, al final de cada unidad se realizan supuestos, en las que aparecen operaciones de las unidades anteriores. Ello permitirá que el **alumnado con dificultades** pueda alcanzar aprendizajes básicos, que le posibilite seguir avanzando en el módulo y en el ciclo formativo.

Con respecto al **alumnado repetidor** se han de asegurar los aprendizajes básicos que permitan al alumnado seguir con aprovechamiento las enseñanzas del módulo, desarrollando actitudes positivas hacia el trabajo y la superación de las dificultades personales y académicas. Se facilitará una enseñanza adaptada a sus intereses, que sean motivadoras y que busquen el aprendizaje significativo a través de su conexión con el entorno empresarial, en el que podrá realizar su actividad laboral. Se realizará valoración periódica de su aprendizaje, adoptando las mejoras que se estimen oportunas. Asimismo, se informará de la evolución del aprendizaje a través de Píxel Ekade

Como plataformas digitales se utilizarán para la comunicación con el alumnado la plataforma Google: - Classroom así como Píxel Ekade, para registrar anotaciones positivas, negativas y de evolución del alumnado.

En las actividades de evaluación y validación se utilizarán los siguientes instrumentos:

- Tareas propuestas.
- Presentaciones y comentarios de los distintos apartados de las unidades didácticas
- Actividades orales, individuales y/o colectivas, en la que el alumnado expone una actividad, responde a cuestiones planteadas y explica supuestos compartidos.
- Pruebas teórico-prácticas escritas, que realizan y van entregando presencial o a través del Classroom.
- Cuestionarios o test de autoevaluación, en los que el alumnado cuenta con un tiempo para su realización.

2.0. DISTRIBUCIÓN RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y SECUENCIACIÓN DEL MÓDULO. *UT / Resultados de Aprendizaje (RA) y Criterios de Evaluación (CE)*

1º CFGS ADF CYA	Temporalización en sesiones	RA1 CE	RA2 CE	RA3 CE	RA4 CE	RA5 CE	RA6 CE	RA7 CE
	Ponderaciones (100%)	10%	20%	16%	10%	20%	12%	12%
UT1: Aspectos generales para entender la comunicación.	10		a)- f)-g)- h)-i)- j)					
UT2: Comunicación oral presencial	8		a)-b)- c)-e)- f)-g)- h)-i)- j)					
UT3: Comunicación oral no	8		b)-c)- d)-g)-					

presencial.			e)-f)-i)-j)					
UT4: La organización empresarial	8	a)-b)-c)-d)						
UT5: Comunicación empresarial e imagen corporativa.	8	e)-f)-g)-h)-i)-j)						
UT6: Comunicación escrita en la empresa	13			a)-d)-e)-i)-j)-k)				
UT7: Documentos escritos en la comunicación empresarial*	25 (+12) *			a)-b)-f)-k)				
UT8: Comunicación empresarial a través de Internet	8			g)				
U.T.9: Servicio Posventa	5(+20) *					a)-b)-c)-e)-g)		
U.T.10: Técnicas de comunicación en la atención al cliente	10						a)-b)-c)-d)-e)-f)-g)	
U.T.11: Gestión de consultas, quejas y reclamaciones	10					a)-b)-c)-d)-e)-f)-g)-h)-i)-j)		a)-b)-c)-d)-e)-f)-g)-h)-i)-j)
UT12: Archivo, registro y recuperación de la información.	15				a)-b)-c)-d)-e)-f)-g)-h)-i)-j)-k)			
Grado en que se aborda y desarrolla el RA	100%	X	X	X	X	X	X	X
(*) Observaciones: Se acuerda destinar una quinta parte del tiempo a la impartición de contenidos prácticos del módulo “Proceso integral de la actividad comercial” (PNG) entre el segundo y tercer trimestre del curso, ya que el número de horas de dicho								*(32 h.)

módulo no viene siendo el adecuado para el desarrollo completo del mismo, dada la importancia de los aspectos contables y tributarios que conllevan un mayor detenimiento en sus temas específicos. Las UUTT son: 09, 10, 12, 15 y 16 (Contratos, documentos de compra-venta, fichas de almacén, y medios de cobro y pago)	
--	--

Color verde: se trabaja el RA de forma completa en una o en todas las UT.

Color amarillo: se trabaja el RA de forma parcial en las distintas UT hasta completar su aplicación en un 100% al finalizar el curso.

2.1. OBJETIVOS GENERALES DEL CICLO VINCULADOS AL MÓDULO

Entre los objetivos generales que tiene el ciclo formativo y que están ligados con el módulo mencionaremos los siguientes:

- a) Analizar y confeccionar los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa, identificando la tipología de los mismos y su finalidad, para gestionarlos.
- b) Analizar los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa reconociendo su estructura, elementos y características para elaborarlos.
- c) Identificar y seleccionar las expresiones de lengua inglesa, propias de la empresa, para elaborar documentos y comunicaciones.
- d) Analizar las posibilidades de las aplicaciones y equipos informáticos, relacionándolas con su empleo más eficaz en el tratamiento de la información para elaborar documentos y comunicaciones.
- e) Analizar la información disponible para detectar necesidades relacionadas con la gestión empresarial.
- f) Organizar las tareas administrativas de las áreas funcionales de la empresa para proponer líneas de actuación y mejora.
- g) Identificar las técnicas y parámetros que determinan las empresas para clasificar, registrar y archivar comunicaciones y documentos.
- n) Reconocer las técnicas de atención al cliente/usuario, adecuándolas a cada caso y analizando los protocolos de calidad e imagen empresarial o institucional para desempeñar las actividades relacionadas.
- s) Aplicar estrategias y técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a la finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia en los procesos de comunicación.

2.2. COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES VINCULADAS AL MÓDULO

La formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias a), b), d), e), n), p) y r) de las enumeradas en el citado R.D.:

- a) Tramitar documentos o comunicaciones internas o externas en los circuitos de información de la empresa.
- b) Elaborar documentos y comunicaciones a partir de órdenes recibidas, información obtenida y/o necesidades detectadas.
- d) Proponer líneas de actuación encaminadas a mejorar la eficiencia de los procesos administrativos en los que interviene.
- e) Clasificar, registrar y archivar comunicaciones y documentos según las técnicas apropiadas y los parámetros establecidos en la empresa.
- n) Adaptarse a las nuevas situaciones laborales, manteniendo actualizados los conocimientos científicos, técnicos y tecnológicos relativos a su entorno profesional, gestionando su formación y

los recursos existentes en el aprendizaje a lo largo de la vida y utilizando las tecnologías de la información y la comunicación.

p) Comunicarse con sus iguales, superiores, clientes y personas bajo su responsabilidad, utilizando vías eficaces de comunicación, transmitiendo la información o conocimientos adecuados y respetando la autonomía y competencia de las personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.

r) Supervisar y aplicar procedimientos de gestión de calidad, de accesibilidad universal y de “diseño para todos”, en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar la función de comunicación interna y externa de la empresa, que incluye aspectos como:

– El desarrollo de tareas relacionadas con la comunicación interna y externa y los flujos de información interdepartamentales.

– El desarrollo de habilidades sociales con empleados y clientes en la comunicación oral y escrita.

– Los procesos de recepción, registro, distribución y recuperación de la información dentro de la empresa.

– Los procedimientos de gestión de quejas y el servicio posventa.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

– Todas las áreas y departamentos de pequeñas, medianas y grandes empresas de cualquier sector de actividad.

La formación del módulo también contribuye a alcanzar los objetivos generales a), b), c), d), e), g), n) y s) del ciclo formativo del título.

Las líneas de actuación en el proceso de enseñanza-aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo versarán sobre:

– El análisis y aplicación de técnicas de comunicación oral y escrita.

– El conocimiento y manejo de los principios que rigen las habilidades sociales en la empresa.

– Las técnicas de confección y registro de la información y la documentación de la empresa, utilizando las aplicaciones informáticas más avanzadas.

– El análisis de los principios y tendencias en la atención de quejas y el desarrollo del servicio posventa en las organizaciones.

– El conocimiento y valoración de la responsabilidad social corporativa de las organizaciones y su incidencia en la imagen de las mismas.

2.3. RESULTADOS DE APRENDIZAJE PONDERADOS, CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y CONTENIDOS.

1. Caracteriza técnicas de comunicación institucional y promocional, y distingue entre internas y externas. -

Criterios de evaluación:

a) Se han identificado los tipos de instituciones empresariales, describiendo sus características jurídicas, funcionales y organizativas.

b) Se han relacionado las funciones tipo de la organización: dirección, planificación, organización, ejecución y control.

c) Se ha identificado la estructura organizativa para una asistencia o la prestación de un servicio de calidad.

d) Se han relacionado los distintos estilos de mando de una organización con el clima laboral que generan.

- e) Se han definido los canales formales de comunicación en la organización a partir de su organigrama.
- f) Se han diferenciado los procesos de comunicación internos formales e informales.
- g) Se ha valorado la influencia de la comunicación informal y las cadenas de rumores en las organizaciones, y su repercusión en las actuaciones del servicio de información prestado.
- h) Se ha relacionado el proceso de demanda de información de acuerdo con el tipo de cliente, interno y externo, que puede intervenir en la misma.
- i) Se ha valorado la importancia de la transmisión de la imagen corporativa de la organización en las comunicaciones formales.
- j) Se han identificado los aspectos más significativos que transmiten la imagen corporativa en las comunicaciones institucionales y promocionales de la organización.

Contenidos:

Técnicas de comunicación institucional y promocional:

- Las organizaciones empresariales. Características jurídicas, funcionales y organizativas
- Las funciones en la organización: dirección, planificación, organización y control. Los departamentos.
- Tipología de las organizaciones. Organigramas.
- Dirección en la empresa. Funciones de la dirección. Estilos de mando: dirección y/o liderazgo. Teorías y enfoques del liderazgo.
- Procesos y sistemas de información en las organizaciones: comunicación en la demanda de información y su prestación.
- Tratamiento de la información. Flujos interdepartamentales.
- Elementos y barreras de la comunicación.
- Comunicación, información y comportamiento.
- Las relaciones humanas y laborales en la empresa.
- La comunicación interna en la empresa: comunicación formal e informal.
- La comunicación externa en la empresa.
- Calidad del servicio y atención de demandas. Métodos de valoración. Normas de calidad aplicables.
- La imagen corporativa e institucional en los procesos de información y comunicación en las organizaciones.

2. Realiza comunicaciones orales presenciales y no presenciales, mediante la aplicación de técnicas de comunicación adaptadas a la situación y al interlocutor. -

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los elementos y las etapas de un proceso de comunicación.
- b) Se han aplicado las distintas técnicas de comunicación oral presencial y telefónica.
- c) Se ha aplicado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales.
- d) Se han identificado los elementos necesarios para realizar y recibir una llamada telefónica efectiva en sus distintas fases: preparación, presentación-identificación y realización de la misma.
- e) Se han tenido en cuenta las costumbres socioculturales y los usos empresariales y se ha valorado la importancia de la transmisión de la imagen corporativa.
- f) Se han detectado las interferencias que producen las barreras de la comunicación en la comprensión de un mensaje y se han propuesto las acciones correctivas necesarias.

- g) Se ha utilizado el léxico y las expresiones adecuadas al tipo de comunicación y a los interlocutores.
- h) Se han aplicado convenientemente elementos de comunicación no verbal en los mensajes emitidos.
- i) Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y con sensibilidad.
- j) Se han comprobado los errores cometidos y se han propuesto las acciones correctoras necesarias.

Contenidos:

Las comunicaciones orales presenciales y no presenciales:

- Elementos y etapas de un proceso de comunicación oral.
- Principios básicos en las comunicaciones orales.
- Técnicas de comunicación oral: empatía, asertividad, escucha activa, sonrisa y proxemia, entre otras.
- Habilidades sociales y protocolo en la comunicación oral.
- Formas de comunicación oral. La comunicación verbal y no verbal.
- Barreras de la comunicación verbal y no verbal.
- Adecuación del mensaje al tipo de comunicación y al interlocutor.
- Utilización de técnicas de imagen personal.
- Comunicaciones en la recepción de visitas: acogida, identificación, gestión y despedida.
- Realización de entrevistas.
- Realización de presentaciones. Aplicación de técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las presentaciones.
- La comunicación telefónica. Proceso y partes intervinientes.
- Componentes de la atención telefónica: voz, timbre, tono, ritmo, silencios y sonrisa, entre otros. Expresiones adecuadas.
- La cortesía en las comunicaciones telefónicas.
- Técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones telemáticas.
- Preparación y realización de llamadas.
- Identificación de los interlocutores.
- Tratamiento de distintas categorías de llamadas. Enfoque y realización de llamadas de consultas o reclamaciones.
- Administración de llamadas. Realización de llamadas efectivas.
- Filtrado de llamadas. Recogida y transmisión de mensajes.
- La centralita.
- Uso del listín telefónico.
- La videoconferencia.

3. Elabora documentos escritos de carácter profesional, aplicando criterios lingüísticos, ortográficos y de estilo. -

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los soportes y los canales para elaborar y transmitir los documentos.
- b) Se han diferenciado los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad y confidencialidad.
- c) Se ha identificado al destinatario, observando las debidas normas de protocolo.

- d) Se han diferenciado las estructuras y estilos de redacción propias de la documentación profesional.
- e) Se ha redactado el documento apropiado, utilizando una estructura, terminología y forma adecuadas, en función de su finalidad y de la situación de partida.
- f) Se han utilizado las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos y autoedición, así como sus herramientas de corrección.
- g) Se han publicado documentos con herramientas de la web 2.0.
- h) Se ha adecuado la documentación escrita al manual de estilo de organizaciones tipo.
- i) Se ha utilizado la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos, establecida para las empresas e instituciones públicas y privadas.
- j) Se han aplicado, en la elaboración de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar y reciclar).
- k) Se han aplicado técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones escritas, valorando su importancia para las organizaciones.

Contenidos:

Elaboración de documentos profesionales escritos:

- La comunicación escrita en la empresa. Normas de comunicación y expresión escrita.
- Estilos de redacción. Pautas de realización. Técnicas y normas gramaticales. Construcción de oraciones. Normas de corrección ortográfica. Técnicas de sintetización de contenidos. Riqueza de vocabulario en los documentos.
- Siglas y abreviaturas.
- Herramientas para la corrección de textos: diccionarios, gramáticas, sinónimos y antónimos, entre otras.
- Estructuras y estilos de redacción en la documentación profesional: informes, cartas, presentaciones escritas, actas, solicitudes, oficios y memorandos, entre otros.
- Redacción de documentos profesionales, utilizando tratamientos de textos.
- Comunicación en las redes (Intra/Internet, blogs, redes sociales, chats y mensajería instantánea, entre otros). La netiqueta.
- Técnicas de comunicación escrita a través de: Fax. Correo electrónico. Mensajería instantánea. Correo postal. Otros.
- Técnicas de transmisión de la imagen corporativa en los escritos.

4. Determina los procesos de recepción, registro, distribución y recuperación de comunicaciones escritas, aplicando criterios específicos de cada una de estas tareas. -

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los medios, procedimientos y criterios más adecuados en la recepción, registro, distribución y transmisión de comunicación escrita a través de los medios telemáticos.
- b) Se han determinado las ventajas e inconvenientes de la utilización de los distintos medios de transmisión de la comunicación escrita.
- c) Se ha seleccionado el medio de transmisión más adecuado en función de los criterios de urgencia, coste y seguridad.
- d) Se han identificado los soportes de archivo y registro más utilizados en función de las características de la información que se va a almacenar.
- e) Se han analizado las técnicas de mantenimiento del archivo de gestión de correspondencia convencional.

- f) Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiado al tipo de documentos.
- g) Se han reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación.
- h) Se han respetado los niveles de protección, seguridad y acceso a la información según la normativa vigente y se han aplicado, en la elaboración y archivo de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).
- i) Se han registrado los correos electrónicos recibidos o emitidos de forma organizada y rigurosa, según técnicas de gestión eficaz.
- j) Se ha realizado la gestión y mantenimiento de libretas de direcciones.
- k) Se ha valorado la importancia de la firma digital en la correspondencia electrónica.

Contenidos:

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

- La recepción, envío y registro de la correspondencia: libros de entrada y salida.
- Servicios de correos, circulación interna de correspondencia y paquetería.
- Procedimientos de seguridad y confidencialidad de la información.
- 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 custodia.
- Sistemas de archivo. Convencionales. Informáticos.
- Clasificación de la información.
- Centralización o descentralización del archivo.
- El proceso de archivo.
- Custodia y protección del archivo: La purga o destrucción de la documentación.
- Confidencialidad de la información y documentación.
- Procedimientos de protección de datos.
- Las bases de datos para el tratamiento de la información.
- El correo electrónico:
- Contratación de direcciones de correo e impresión de datos.
- Configuración de la cuenta de correo.
- Uso de las herramientas de gestión de la aplicación de correo electrónico.

5. Aplica técnicas de comunicación, identificando las más adecuadas en la relación y atención a los clientes/usuarios. -

Criterios de evaluación:

- a) Se han aplicado técnicas de comunicación y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente/usuario en situaciones de atención/asesoramiento al mismo.
- 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 ha adoptado la actitud más adecuada según el comportamiento del cliente ante diversos tipos de situaciones.
- d) Se han analizado las motivaciones de compra o demanda de un producto o servicio por parte del cliente/usuario.

- e) Se ha obtenido, en su caso, la información histórica del cliente.
- f) Se ha aplicado la forma y actitud adecuadas en la atención y asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado.
- g) Se han analizado y solucionado los errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente/usuario.

Contenidos:

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

- El cliente: sus tipos.
- La atención al cliente en la empresa/organización: Variables que influyen en la atención al cliente/usuario.
- Posicionamiento e imagen de marca.
- El departamento de atención al cliente/consumidor en la empresa.
- Documentación implicada en la atención al cliente.
- Sistemas de información y bases de datos (herramientas de gestión de la relación con el cliente –CRM–).
- Relaciones públicas.
- Canales de comunicación con el cliente.
- Procedimientos de obtención y recogida de información.
- Técnicas de atención al cliente: dificultades y barreras en la comunicación con clientes/usuarios.

6. Gestiona consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes, aplicando la normativa vigente. -

Criterios de evaluación:

- a) Se han descrito las funciones del departamento de atención al cliente en empresas.
- b) Se ha valorado la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos.
- c) Se ha interpretado la comunicación recibida por parte del cliente.
- d) Se han relacionado los elementos de la queja/reclamación con las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/reclamaciones.
- e) Se han diferenciado los tipos de demanda o reclamación.
- f) Se ha gestionado la información que hay que suministrar al cliente.
- g) Se han determinado los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones.
- h) Se han redactado escritos de respuesta, utilizando medios electrónicos u otros canales de comunicación.
- i) Se ha valorado la importancia de la protección del consumidor.
- j) Se ha aplicado la normativa en materia de consumo.

Contenidos:

Gestión de consultas, quejas y reclamaciones:

- La protección del consumidor y/o usuario.
- El rol del consumidor y/o usuario.
- Derechos y deberes de los consumidores y/o usuarios.
- La defensa del consumidor: legislación europea, estatal y autonómica.

- Instituciones y organismos de protección al consumidor: Entes públicos. Entes privados: asociaciones de consumidores, asociaciones sectoriales y cooperativas de consumo.
- Reclamaciones y denuncias: Normativa reguladora en caso de reclamación o denuncia. Documentos necesarios o pruebas en una reclamación. Configuración documental de la reclamación. Tramitación y gestión: proceso de tramitación, plazos de presentación, órganos o entes intervinientes.
- Mediación y arbitraje: concepto y características. Situaciones en las que se origina una mediación o arbitraje.
- La mediación: Personas físicas o jurídicas que intervienen. Requisitos exigibles. Aspectos formales. Procedimiento.
- El arbitraje de consumo: Legislación aplicable. Las juntas arbitrales. Organigrama funcional. Personas físicas o jurídicas que intervienen. Procedimiento.

7. Organiza el servicio posventa, relacionándolo con la fidelización del cliente.-

Criterios de evaluación:

- a) Se ha valorado la importancia del servicio posventa en los procesos comerciales.
- b) Se han identificado los elementos que intervienen en la atención posventa.
- c) Se han identificado las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio posventa.
- d) Se han aplicado los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio posventa y los elementos que intervienen en la fidelización del cliente.
- e) Se han distinguido los momentos o fases que estructuran el proceso de posventa.
- f) Se han utilizado las herramientas de gestión de un servicio posventa.
- g) Se han descrito las fases del procedimiento de relación con los clientes.
- h) Se han descrito los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio.
- i) Se han detectado y solventado los errores producidos en la prestación del servicio.
- j) Se ha aplicado el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas.

Contenidos:

Organización del servicio posventa:

- El valor de un producto o servicio para el cliente: Valor de compra. Valor de uso. Valor final.
- Actividades posteriores a la venta: Tratamiento de quejas/reclamaciones. Asesoramiento para el uso. Instalación. Mantenimiento. Reparación.
- El proceso posventa y su relación con otros procesos:
- Información de entrada: necesidades y expectativas de los clientes, situación de la competencia, plan estratégico de calidad, el producto o servicio vendido, características y alcance de los productos y servicios, instrucciones sobre el producto, información de periodos anteriores, garantía de calidad y recursos disponibles.
- Información de salida: producto apto para el uso, usuario preparado para el consumo del bien, grado de satisfacción del cliente, solución a una queja o inconformidad, información para el control de los procesos, valoración de los productos y de los procesos, deficiencias del producto o servicio y oportunidades de mejora.
- Tipos de servicio posventa: Servicios técnicos: instalación, mantenimiento y reparación. Servicios a los clientes: asesoramiento y tratamiento de quejas.
- La gestión de la calidad en el proceso del servicio posventa: Calidad interna. Calidad externa.

- Fases para la gestión de la calidad en el servicio posventa: Planificación. Aplicación. Control. Mejora.
- Técnicas y herramientas para la gestión de la calidad: Tormenta de ideas. Análisis del valor. Árboles de estructuras. Diagramas de causa-efecto. Flujogramas. Métodos del registro de datos. Gráficos e histogramas. Gráficos de control.

2.4. METODOLOGÍA

En los estudios de formación profesional, se agrupan en una misma aula, personas de muy diferentes edades y características, que acceden por distintas vías y, por lo tanto, con distintas competencias, motivaciones y situaciones personales, familiares y profesionales. Esta diversidad hace necesario la implantación de un enfoque metodológico basado en hacer que el aprendizaje sea accesible y efectivo para todos los estudiantes, independientemente de sus habilidades, preferencias de aprendizaje o intereses. Este enfoque se desarrollará en el marco del *DUA (Diseño universal del aprendizaje)* que nos lleva a entender las diferencias individuales de aprendizaje y nos reta a replantear el diseño del currículo proporcionando la flexibilidad necesaria al servicio de las necesidades de aprendizaje de todos los alumnos, utilizando diferentes estrategias para motivar al alumnado, fomentando la participación, el trabajo colaborativo y el compromiso de todos los estudiantes.

El modelo contribuye a lograr el Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS4) de la Agenda 2030: «Garantizar una educación inclusiva y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje para todos»

Algunas estrategias para aplicar el DUA en el aula:

- Proporcionar múltiples formas de representación: Imágenes, videos, gráficos, lecturas, debates, discusiones en grupo, ...
- Utilizar diferentes formas de acción y expresión: Escritura, dibujo, habla, presentación oral, teatro, música, ...

La metodología aplicada deberá ser activa, de manera que el alumno no sea únicamente receptor pasivo, sino que observe, reflexione, participe, investigue, construya, etc. En este sentido, propiciaremos a través de las actividades el análisis y la elaboración de conclusiones con respecto al trabajo que se está realizando.

Entre la gran diversidad de estrategias y técnicas didácticas que existen destacamos las siguientes:

- Iniciaremos la exposición de la unidad con un esquema de los contenidos, que desarrollaremos con proyector o pizarra. Durante la explicación de la unidad utilizaremos ejemplos relacionados con el entorno de los alumnos para que, de esta forma, se sientan implicados e intervengan.
- En determinados temas, la simulación será una herramienta de gran utilidad. El alumnado trabajará con documentos y situaciones supuestas, apoyándose de aplicaciones informáticas...
- Se promoverá el trabajo en equipo (si la situación Covid lo permite), buscando favorecer la cooperación y el desarrollo de la responsabilidad en los alumnos.
- Las actividades formativas tendrán como objetivo la funcionalidad y la globalización de los contenidos.
- Se tratará el error como fuente de aprendizaje, teniendo en cuenta que a partir del reconocimiento, análisis y corrección de éste se puede mejorar.

Técnicas para identificación de conocimientos previos:

- Cuestionarios escritos.
- Diálogos.

Técnicas para la adquisición de nuevos contenidos:

- Exposición-presentación de cada una de las unidades.
- Exploraciones bibliográficas y normativas.
- Discusión en pequeño/gran grupo.
- Resolución de actividades y casos prácticos.
- Exposición de los trabajos realizados.
- Utilización de las nuevas tecnologías de la información.

2.4.1. PRINCIPIOS.

- Consideración de los conocimientos previos del alumnado como punto de partida para la adquisición de nuevos aprendizajes.
- Adecuación del lenguaje a las características del alumnado.
- Orientación del grupo respecto a su situación en el proceso de aprendizaje, a través de controles de comprensión y actividades de clase.
- Utilización de recursos didácticos y materiales variados y adecuados.
- Conexión de los aprendizajes del alumnado con la realidad de nuestro entorno social y profesional, con la finalidad de conseguir aprendizajes competenciales, aplicando la teoría a la práctica.
- Creación de un clima de confianza que fomente la participación activa del grupo en el contexto educativo del aula.
- Fomento de la iniciativa, la autonomía y el trabajo en grupo.
- Enseñanza/aprendizaje de actitudes personales y profesionales que lleve a su interiorización por parte del alumnado.
- Variedad en las actividades e instrumentos de evaluación, empleándolos como parte del proceso de aprendizaje.
- Utilización de las Tics como recurso educativo docente y como medio de búsqueda y selección de información y actualización y adecuación de los conocimientos.

-ESPACIOS, RECURSOS Y MATERIALES:

Espacios: Aula informática nº 29 A = 45 m² y común nº 37 = 45 m²

Equipamientos mínimos: Treinta ordenadores instalados en red, con conexión a Internet.

Un ordenador Servidor y otro para el profesor con altavoces y acceso a las cuentas del alumnado.

Impresora láser, escáner, proyector y pantalla, además del correspondiente mobiliario de aula.

Aplicaciones informáticas principales: Licencia de sistema operativo Windows 10 (incluido sus accesorios), MicroSoft Office 2013 y LibreOffice, así como paquetes integrados de gestión (Software del Sol: FactuSol, NóminaSol y ContaSol), Adobe Acrobat Reader para lectura de PDF, compresor, reproductores audiovisuales, etc.

Bibliografías: Libros de editoriales diversas para consulta como Macmillan, apuntes y actividades en PDF y Office, además de recursos mediante Internet.

2.5. ESTRATEGIAS PARA DESARROLLAR LA EDUCACIÓN EN VALORES Y LA INTERDISCIPLINARIEDAD

Podrán ser objeto de tratamiento aquellos valores transversales que se establezcan por parte de la Comisión de Coordinación Pedagógica a partir del Proyecto Educativo de Centro y con aprobación del Claustro. No obstante, a lo anterior, son objeto de tratamiento transversal al conjunto de unidades didácticas, las capacidades actitudinales de carácter profesional establecidas en el Ciclo que se tratarán de manera especial:

- Aceptar la necesidad del auto aprendizaje constante y de la formación continua como instrumentos que facilitan la adaptación a las innovaciones tecnológicas y organizativas, la conservación del empleo y la reinserción profesional.
- Valorar el trabajo riguroso y bien hecho, al planificar, organizar y desarrollar las actividades propias, demostrando iniciativa, creatividad y sentido de la responsabilidad, manteniendo el interés durante todo el proceso, y sintiendo satisfacción personal por los resultados conseguidos.
- Valorar la necesaria participación personal en la aplicación de la gestión y control de la calidad como factor que facilita el logro de mejores resultados y una mayor satisfacción de consumidores o usuarios.

2.6. ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

Las medidas de atención a la diversidad se establecerán, siempre que sean necesarias, a partir de la situación del alumnado de clase. Dichas medidas vendrán determinadas por el informe correspondiente del departamento de Orientación y se incluirán, siempre que proceda, como anexo a la presente programación.

No obstante, se procurará una evaluación individualizada para cada alumno, que nos lleve a apoyar a cada uno de ellos en todo lo necesario.

2.7. EVALUACIÓN

PRINCIPIOS

La evaluación de este módulo y de sus componentes formativos se realizará a lo largo de todo el proceso de aprendizaje, siguiendo tres fases:

1. Evaluación inicial, al comienzo de cada unidad, para preparar la situación de partida, ajustando los diseños en función de las necesidades. Para llevar a cabo esta tarea haremos uso de la observación a través de diálogos y entrevistas.
2. Evaluación procesual con intención formativa, que se llevará a cabo durante todo el proceso de enseñanza-aprendizaje. Supondrá recoger datos y llevar un seguimiento continuo de las actividades de los alumnos. Se evaluarán procedimientos, conceptos y actitudes a desarrollar en dichas actividades.
3. Evaluación final con intención sumativa, al final del proceso, analizando las desviaciones entre los objetivos programados y los resultados obtenidos e intentando buscar solución a los problemas surgidos.

Técnicas

- Pruebas orales y escritas: cuestionarios, resolución de problemas y supuestos prácticos, etc.
- Observación directa e indirecta: cuadernos de clase, trabajos individuales o grupales, debates, etc.

Instrumentos

- Cuaderno del profesor.
- Listas de control.
- Escalas de observación.

Indicadores

- Participación en las actividades realizadas en el aula.
- Asistencia y puntualidad.
- Respeto hacia los compañeros y profesores.
- Valoración de sus propios aprendizajes.
- Desarrollo de la capacidad de análisis y el sentido crítico.
- Cumplimiento y desarrollo de hábitos socio-laborales y haciendo uso del móvil sólo para cuestiones didácticas.

La evaluación es continua, es decir que cada vez que haya de registrarse la calificación global de cada trimestre se hará una valoración de todas las unidades de trabajo impartidas desde el inicio de curso hasta el final del trimestre que se esté evaluando.

Si todas las unidades de trabajo hubieran sido superadas, y por lo tanto alcanzadas los resultados de aprendizaje, se aplicará la media que corresponda a dichas evaluaciones. En caso contrario, es decir si hubiera alguna unidad no superada, se le calificará con una nota máxima de 4, hasta recupere el bloque suspendido.

El/la alumno/a que no se presenta a la actividad de evaluación y no justifica su ausencia mediante documentación (por ejemplo, enfermedad, hospitalización, muerte de un familiar) podrá presentarse solamente a la recuperación y el/la alumno/a que, si lo justifica debidamente, puede presentarse a dicha actividad de evaluación en la fecha indicada por el/la profesor/a.

En cada trimestre se evaluarán conceptos y procedimientos propios del módulo, atendiendo a los resultados de aprendizaje y criterios de evaluación establecidos en la normativa correspondiente, así como las siguientes actitudes socio-laborales:

- ✓ Puntualidad: supone llegar e irse a la hora establecida, así como cumplir los plazos al realizar unas tareas, asistencia obligatoria, valorando esta actitud como muy importante.
- ✓ Responsabilidad y gusto por el trabajo bien hecho.
- ✓ Atención, concentración y perseverancia (esfuerzo continuo para superar dificultades y no dejarnos llevar por lo fácil). Evitar distracciones.
- ✓ Orden y limpieza.
- ✓ Comportamiento asertivo: expresando nuestras opiniones de una manera clara, amable y adecuada, logrando decir lo que queremos sin atentar contra los demás, partiendo del respeto hacia los demás y hacia uno mismo.
- ✓ Adoptar una postura correcta y relajada en clase.
- ✓ Prohibido el uso del móvil en el aula, así como cualquier dispositivo electrónico y auriculares salvo autorización expresa del/a profesor/a.
- ✓ Tener iniciativa, actuando con autonomía en la búsqueda de información y resolución de problemas.
- ✓ Valorar la importancia del trabajo en equipo, basado en la cooperación, compromiso y comunicación asertiva entre los integrantes del grupo; aportando cada persona lo mejor de sí mismo para lograr el éxito común. No se debe buscar únicamente el éxito individual.
- ✓ Contestar a los correos ante comunicaciones del profesorado y avisarle previamente de la falta de asistencia a sus clases. Asimismo, proceder a la justificación de las mismas al tutor-a, según

el protocolo establecido en el Centro.

En cada actividad de evaluación se trabajarán y valorarán conceptos, procedimientos y actitudes a través de instrumentos como: la observación directa, test, supuestos prácticos, presentación de trabajos escritos, exposiciones orales..., así como las actitudes antes detalladas.

Así pues, en cada evaluación trimestral y final:

Los conceptos, procedimientos y actitudes desarrolladas, se calificarán en función de los contenidos trabajados en cada actividad de evaluación con un total de 10 puntos. **Para aprobar el módulo el alumno-a deberá alcanzar calificación positiva en todos los resultados de aprendizaje**, por lo que la calificación parcial y final se obtendrá según el siguiente criterio:

- **Si todas las unidades de trabajo evaluadas hasta el momento** (asociadas a unos resultados de aprendizaje y criterios de evaluación), **hubieran sido superadas** se aplicará la media que corresponda a dichas evaluaciones. (entre 5 y 10)
- En caso contrario, es decir **si hubiera alguna/s unidades no superadas** la calificación máxima será de 4 (entre 1 y 4).

Se considerarán positivas las calificaciones iguales o superiores a cinco puntos y negativas las restantes.

Solo ponderará el 100% de la calificación total, la primera actividad de evaluación de cada contenido que se evalúa. Cuando no se haya alcanzado una valoración suficiente en los contenidos y aprendizajes evaluados, se realizarán actividades de repaso y recuperación para la superación de las deficiencias y de los fallos detectados. Estas actividades pueden consistir según la naturaleza de los contenidos implicados en controles y pruebas que se llevará a cabo a lo largo del curso, donde cada alumno-a tendrá que recuperar aquellos bloques que no hubiera superado. La calificación obtenida en la primera prueba de recuperación ponderará en un 80% a la hora de incluirla en el cálculo de la nota, salvo en el caso de que sea un 5 que se mantendrá en un 5. La obtenida en la 2º y posteriores pruebas de recuperación ponderará en un 60%.

En el caso de contenidos que se integran y recuperan en actividades siguientes, la evaluación suspendida se recuperará con la calificación de 5.

A los alumnos/as que alcancen en un determinado módulo profesional la calificación de 10 en la evaluación final del ciclo podrá otorgársele una “Mención Honorífica”, siempre que el resultado sea consecuencia de un excelente aprovechamiento académico unido a un destacable esfuerzo e interés por el módulo profesional. A propuesta documentada del profesor que impartió el módulo profesional, el departamento didáctico correspondiente podrá conceder una sola Mención Honorífica por módulo que se imparta dentro de cada título profesional, independientemente del número de grupos existentes.

Criterios de calificación de referencia para los principios establecidos anteriormente:
(*Ponderaciones correspondientes al trimestre, atendiendo al mapa criterial*)

1) Actividades de evaluación de las unidades de trabajo (tipo test, preguntas cortas, a desarrollar y con supuestos prácticos): 60%

2) Realización correcta de actividades de cada unidad (en clase o en casa) y trabajos en clase: 30%.

No se admiten trabajos de alumnado que no asiste a clase, ya que se realizan en clase ni trabajos fuera de plazo, salvo por enfermedad.

3) Parte actitudinal (actitudes socio-laborales) y **asistencia**: 10%

Para aprobar la evaluación se debe alcanzar una nota mínima de 5 puntos en los exámenes, así como en la realización de tareas y actitudes para realizar la ponderación correspondiente.

2.8. Planes de recuperación.

Se considerará que los contenidos de cada unidad están superados y los resultados de aprendizajes alcanzados, cuando la calificación obtenida sea igual o superior a 5.

El alumnado con una evaluación pendiente, tendrá la posibilidad de recuperarla realizando una prueba que valore los contenidos trabajados en la evaluación suspendida **durante el siguiente trimestre**. Como se indicó anteriormente:

- Si fuera la primera actividad de recuperación tendrá una ponderación del 80%
- En caso de la segunda y siguientes la ponderación será del 60%.

Igualmente, la calificación de 5 o superior, en una actividad de evaluación integral (de todos los contenidos trabajados hasta ese momento) en un trimestre posterior, implicará la calificación de 5 en las evaluaciones suspendidas anteriores.

Sistema extraordinario de evaluación para alumnado absentista con pérdida de evaluación continua:

La evaluación continua requiere la asistencia regular del alumno o alumna a las clases y actividades programadas.

El alumnado que pierda la evaluación continua tendrá derecho a un sistema extraordinario de evaluación, compuesto por una o varias pruebas, debiendo entregar todas las actividades realizadas durante el curso escolar, comunes a todo el alumnado de un mismo módulo, en el que se compruebe si el alumno/a ha alcanzado la totalidad de los resultados de aprendizaje propuestos en la programación de cada módulo, no consistiendo en una prueba de contenidos mínimos. En cada prueba deberá obtener una calificación mínima de 5.

Este sistema extraordinario de evaluación se realizará antes de la sesión de evaluación final. A los alumnos/as con pérdida del derecho de evaluación continua, se les convocará a una reunión, con más de 15 días de antelación de la evaluación final, con el objetivo de conocer el número de alumnado que van hacer uso del sistema extraordinario de evaluación. Posteriormente los departamentos, conjuntamente con JE, marcarán los días de las pruebas y del conjunto de actividades para comprobar si el alumno/a ha alcanzado la totalidad de las capacidades del módulo.

La pérdida del derecho a la evaluación continua no impide que el alumnado pueda seguir asistiendo a clase ni su atención por parte del profesorado. Al alumnado con pérdida de evaluación continua NO se le calificará las actividades de evaluación que quiera realizar ni se le podrá guardar ninguna nota y en las sesiones de evaluación se le calificará con un 1.

No promoción

Cuando el alumno o la alumna no promocionen, deberá repetir los módulos profesionales no superados, para lo cual formalizará la matrícula ordinaria y se incorporará al grupo correspondiente.

Promoción con el módulo pendiente:

El alumnado que promocione de curso, quedándoles pendientes el módulo, recibirá con las calificaciones finales, por escrito, un informe individualizado, que deben contener como mínimo:

- Contenidos del módulo no superado.
- Actividades de recuperación.
- Período de realización de dichas actividades.
- Indicación de la evaluación final en que serán calificados (será la convocatoria más cercana).

Las actividades de recuperación, siempre que sea posible, deberán ir acompañadas de una guía de trabajo formada por una colección de ejercicios, actividades sobre un libro de texto, etc. del

profesor que impartió el módulo, para que sirva de apoyo y conocimiento al profesor que va a evaluar al alumno en dicha convocatoria.

Recuperación de módulos pendientes de cursos anteriores

Para el alumnado de 2º curso que ha promocionado con el módulo de pendiente de primero, se establecerá un plan de recuperación, en función del informe de recuperación individualizado, que realizó el profesor-a que le impartió el módulo y las características propias de los contenidos a recuperar. Se podrá considerar la continuidad en otros módulos del 2º curso y establecer distintas actividades de evaluación del 22 al 26 de enero, momento en que se celebrarán las últimas pruebas a evaluar en la convocatoria acceso a ITG y FCT, que se celebrará en marzo.

La evaluación será llevada a cabo por el profesor o a la profesora de la materia respectiva del curso actual, quien dará a conocer el plan de recuperación, de manera individualizada, al alumnado y sus familias (caso del alumnado menor de edad), mediante documento con recibí y firma que custodiará el profesor de la materia actual. En cada prueba deberá obtener una calificación mínima de 5.

3. SECUENCIA DE UNIDADES DE TRABAJO (U.T.)

Este módulo tiene asignado un total de 160 horas.

La distribución temporal aproximada de los contenidos, será la que figura en la tabla, a razón de 5 sesiones semanales de 55' c/u.

curso 21/22	U.T.	Nombre de la unidad	Sesiones
1ª Eval.	1	Aspectos generales para entender la comunicación	10
	2	Comunicación oral presencial	8
	3	Comunicación oral no presencial	8
	4	La organización empresarial	8
	5	Comunicación empresarial e imagen corporativa	8
	6	Comunicación escrita en la empresa	13
2ª Eval.	Total primer trimestre 11 semanas (<= 24/11/23)		55
	7	Documentos escritos en la comunicación empresarial*	25 (+12)*
	8	Comunicación empresarial a través de Internet	8
	12	Archivo, registro y recuperación de la información	15
	Total segundo trimestre 13 semanas (<= 15/03/24) (*)		48+12 = 60
3ª Eval.	9	Técnicas de comunicación en la atención al cliente	10
	10	Gestión de consultas, quejas y reclamaciones	10
	11	Servicio posventa*	5 (+20)*
	Total tercer trimestre 12 semanas (<= 14/06/24) (*)		25+20=45
Total horas impartidas del módulo CYA			128
(*) Impartición UT09, 10, 12, 15 y 16 (Contratos, documentos de compra-venta, fichas de almacén, y medios de cobro y pago) del módulo PNG			32
Total			160

***Observaciones:** Se acuerda destinar una quinta parte del tiempo a la impartición de contenidos prácticos del módulo “Proceso integral de la actividad comercial” (PNG) entre el primero, segundo y tercer trimestre del curso, comenzando con la unidad 12 “Métodos de valoración de las existencias” en el primer trimestre, ya que el número de horas de dicho módulo no viene siendo el adecuado para el desarrollo completo del mismo, dada la importancia de los aspectos contables y tributarios que conllevan un mayor detenimiento en sus temas específicos.

Asimismo, la realización de la documentación de dichos temas de PNG también se apoyará con el módulo “Ofimática y tratamiento de la información” (OFA) con la utilización del procesador de texto y las hojas de cálculo.

La diferencia existente entre las sesiones (55') y las horas asignadas al módulo (160h), se aplicarán para las actividades realizadas en el centro (día de la paz, interculturalidad, actividades complementarias, ...)

Unidades de Trabajo (Edit. Macmillan)

UT01.- Aspectos generales para entender la comunicación

OBJETIVOS

- Reflexionar sobre los aspectos básicos de la comunicación.
- Conocer las formas de comunicaciones unidireccionales y bidireccionales.
- Identificar los elementos que intervienen en la comunicación.
- Identificar las barreras y los errores en la comunicación.

CONTENIDO

1. ¿Qué es la comunicación?
2. Elementos que intervienen en la comunicación.
3. Etapas del proceso de la comunicación.
4. Objetivos de la comunicación.
5. Errores en la comunicación.
6. Barreras en la comunicación.
7. Comunicación efectiva.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

RA 2. Realiza comunicaciones orales presenciales y no presenciales, aplicando técnicas de comunicación y adaptándolas a la situación y al interlocutor.

- Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los elementos y las etapas de un proceso de comunicación.
- f) Se han detectado las interferencias que producen las barreras de la comunicación en la comprensión de un mensaje y se han propuesto las acciones correctivas necesarias.
- g) Se ha utilizado el léxico y las expresiones adecuadas al tipo de comunicación y a los interlocutores.
- h) Se han aplicado convenientemente elementos de comunicación no verbal en los mensajes emitidos.
- i) Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y con sensibilidad.
- j) Se han comprobado los errores cometidos y se han propuesto las acciones correctoras necesarias.

UT02.- Comunicación oral presencial

OBJETIVOS

- Reflexionar sobre los aspectos básicos de la comunicación oral.
- Conocer las formas de comunicaciones unidireccionales y bidireccionales.
- Practicar habilidades sociales propias de la comunicación oral.
- Aplicar las técnicas de comunicación al ámbito laboral.

CONTENIDO

1. ¿Qué es la comunicación oral presencial?
 - 1.1. Características de la comunicación oral presencial.
 - 1.2. Elementos paralingüísticos orales.
 - 1.3. Principios básicos de la comunicación oral presencial.
2. Elementos que componen la comunicación oral presencial
 - 2.1. Elementos visuales.
 - 2.2. Elementos vocales.
 - 2.3. Elementos verbales.
3. Proceso en la comunicación oral presencial.

- 3.1. Etapas del proceso en la comunicación.
- 3.2. Barreras de la comunicación.
- 3.3. Soluciones de los problemas de la comunicación oral presencial.
4. Técnicas para hablar en público.
5. Técnicas de imagen personal.
6. Formas de comunicación oral presencial.
- 6.1. Técnicas de participación oral individual.
- 6.2. Técnicas de participación oral colectiva.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

RA 2. Realiza comunicaciones orales presenciales y no presenciales, aplicando técnicas de comunicación y adaptándolas a la situación y al interlocutor.

- Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los elementos y las etapas de un proceso de comunicación.
- b) Se han aplicado las distintas técnicas de comunicación oral presencial.
- c) Se ha aplicado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales.
- e) Se han tenido en cuenta las costumbres socioculturales y los usos empresariales, y se ha valorado la importancia de la transmisión de la imagen corporativa.
- f) Se han detectado las interferencias que producen las barreras de la comunicación en la comprensión de un mensaje y se han propuesto las acciones correctivas necesarias.
- g) Se ha utilizado el léxico y las expresiones adecuadas al tipo de comunicación y a los interlocutores.
- h) Se han aplicado convenientemente elementos de comunicación no verbal en los mensajes emitidos.
- i) Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y con sensibilidad.
- j) Se han comprobado los errores cometidos y se han propuesto las acciones correctoras necesarias.

UT03.- Comunicación oral no presencial

OBJETIVOS

- Reflexionar sobre la forma correcta de atender las llamadas telefónicas de la empresa.
- Conocer las formas de comunicación que se están generalizando en las empresas.
- Valorar la conveniencia y la utilidad del empleo de una determinada tecnología.

CONTENIDO

1. ¿Qué es la comunicación oral no presencial?
2. Comunicación telefónica.
 - 2.1. Estructura general de una conversación telefónica.
 - 2.2. Componentes de la atención telefónica. Expresiones adecuadas.
 - 2.3. La cortesía en las comunicaciones telefónicas.
 - 2.4. Tratamiento de las diversas categorías de llamadas.
 - 2.5. Confidencialidad de las llamadas.
3. Redes telefónicas.
4. Centralita. Uso del listín telefónico.
5. Videoconferencia.
 - 5.1. Elementos o dispositivos técnicos para poder realizar una videoconferencia.
 - 5.2. Skype.
 - 5.3. Webinar.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

RA 2. Realiza comunicaciones orales presenciales y no presenciales, aplicando técnicas de comunicación y adaptándolas a la situación y al interlocutor.

- Criterios de evaluación:

- b) Se han aplicado las distintas técnicas de comunicación oral presencial y telefónica.
- c) Se ha aplicado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones no presenciales.
- d) Se han identificado los elementos necesarios para realizar y recibir una llamada telefónica efectiva en sus distintas fases: preparación, presentación-identificación y realización de esta.
- e) Se han tenido en cuenta las costumbres socioculturales y los usos empresariales, y se ha valorado la importancia de la transmisión de la imagen corporativa.
- f) Se han detectado las interferencias que producen las barreras de la comunicación en la comprensión de un mensaje y se han propuesto las acciones correctivas necesarias.
- g) Se ha utilizado el léxico y las expresiones adecuadas al tipo de comunicación y a los interlocutores.
- i) Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y con sensibilidad.
- j) Se han comprobado los errores cometidos y se han propuesto las acciones correctoras necesarias.

UT04.- La organización empresarial

OBJETIVOS

- Analizar la necesidad de establecer estructuras.
- Conocer los principales modelos organizativos empresariales.
- Diferenciar organización formal e informal.
- Conocer la utilidad práctica de los distintos tipos de organigramas.
- Diferenciar las distintas funciones del personal en la organización.

CONTENIDO

1. Organizaciones empresariales.
 - 1.1. Concepto y clasificación de organización empresarial.
 - 1.2. Objetivos de las organizaciones empresariales.
 - 1.3. Elementos de las organizaciones empresariales.
2. Funciones en la organización empresarial.
 - 2.1. Dirección. Concepto y funciones.
 - 2.2. Planificación. Concepto y clasificación.
 - 2.3. Organización. Concepto y tipos de organización empresarial. Departamentos y áreas funcionales.
 - 2.4. Control. Concepto. Etapas y técnicas de control.
3. Modelos de organización y sus organigramas.
 - 3.1. Organización lineal o jerárquica.
 - 3.2. Organización funcional o de Taylor.
 - 3.3. Organización lineal y de asesoramiento (*staff*).
 - 3.4. Organización por comités.
 - 3.5. Organización matricial.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

RA 1. Caracteriza técnicas de comunicación institucional y promocional, distinguiendo entre internas y externas.

- Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los tipos de instituciones empresariales, describiendo sus características jurídicas, funcionales y organizativas.

- b) Se han relacionado las funciones tipo de la organización: dirección, planificación, organización, ejecución y control.
- c) Se ha identificado la estructura organizativa para una asistencia o la prestación de un servicio de calidad.
- d) Se han relacionado los distintos estilos de mando de una organización con el clima laboral que generan.

UT05.- Comunicación empresarial e imagen corporativa

OBJETIVOS

- Transmitir una visión general de la comunicación.
- Conocer los elementos de la comunicación.
- Analizar el proceso.
- Reflexionar sobre las barreras y errores de la comunicación.
- Reflexionar sobre la importancia de la imagen corporativa en los procesos de información y comunicación en las organizaciones.

CONTENIDO

1. Comunicación en la empresa.
2. Tipos de comunicación en la empresa.
 - 2.1. Comunicación interna en la empresa.
 - 2.2. Comunicación externa en la empresa.
3. Recepción de visitas. Habilidades sociales y protocolo en la empresa.
4. Identidad e imagen corporativa en las organizaciones.
 - 4.1. Identidad corporativa en la empresa.
 - 4.2. Imagen corporativa en la empresa.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

RA 1. Caracteriza técnicas de comunicación institucional y promocional, distinguiendo entre internas y externas.

- Criterios de evaluación:

- e) Se han definido los canales formales de comunicación en la organización a partir de su organigrama.
- f) Se han diferenciado los procesos de comunicación internos formales e informales.
- g) Se ha valorado la influencia de la comunicación informal y las cadenas de rumores en las organizaciones, y su repercusión en las actuaciones del servicio de información prestado.
- h) Se ha relacionado el proceso de demanda de información de acuerdo con el tipo de cliente, interno y externo, que puede intervenir en esta.
- i) Se ha valorado la importancia de la transmisión de la imagen corporativa de la organización en las comunicaciones formales.
- j) Se han identificado los aspectos más significativos que transmiten la imagen corporativa en las comunicaciones institucionales y promocionales de la organización.

UT06.- Comunicación escrita en la empresa

OBJETIVOS

- Sensibilizar sobre el tema de la comunicación escrita en el ámbito de la empresa.
- Asumir los principios de estilo en la comunicación escrita.
- Reflexionar sobre las características propias de la redacción de textos comerciales.
- Manejar las herramientas de corrección de textos.

CONTENIDO

1. Comunicación escrita. Características y requisitos.
 - 1.1. Ventajas e inconvenientes de la comunicación escrita. Errores que se cometen.
 - 1.2. Etapas para la elaboración y redacción de un texto.
 - 1.3. Características de textos utilizados en el ámbito empresarial y comercial.
2. Normas gramaticales y ortográficas.
 - 2.1. Gramática.
 - 2.2. Ortografía.
 - 2.3. Signos de puntuación.
 - 2.4. Párrafos y formato de las páginas.
3. Siglas y abreviaturas.
4. Redacción mediante herramientas de tratamiento de textos.
5. Herramientas para corrección de textos.
6. Técnicas de transmisión de la imagen corporativa en los escritos. Papelería corporativa.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

RA 3. Elabora documentos escritos de carácter profesional, aplicando criterios lingüísticos, ortográficos y de estilo.

- Criterios de evaluación:

- a) c) Se ha identificado al destinatario, observando las debidas normas de protocolo.
- d) Se han diferenciado las estructuras y estilos de redacción propios de la documentación profesional.
- e) Se ha redactado el documento apropiado, utilizando una estructura, terminología y forma adecuadas, en función de su finalidad y de la situación de partida.
- i) Se ha utilizado la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos, establecida para las empresas e instituciones públicas y privadas.
- j) Se han aplicado, en la elaboración de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar y reciclar).
- k) Se han aplicado técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones escritas, valorando su importancia para las organizaciones.

UT07.- Documentos escritos en la comunicación empresarial

OBJETIVOS

- Conocer las características de la correspondencia comercial.
- Identificar la estructura formal de la carta comercial y memorizar técnicas de redacción de cartas.
- Conocer los principales textos utilizados por las empresas para comunicarse formalmente.
- Analizar y elaborar textos de organización interna.
- Redactar textos protocolarios y valorar su importancia.
- Conocer y elaborar documentos de relación de la empresa y los ciudadanos con la Administración.

CONTENIDO

1. Evolución de la escritura.
2. Documentos en la comunicación comercial y empresarial.
 - 2.1. Documentos de la comunicación interna empresarial.

- 2.2. Documentos de la comunicación externa empresarial con carácter comercial.
- 2.3. Documentos de la comunicación externa sin carácter comercial.
- 2.4. Textos protocolarios en el ámbito empresarial.
3. Documentos relacionados con la Administración Pública.
 - 3.1. Solicitud o instancia.
 - 3.2. Denuncia.
 - 3.3. Alegaciones y recursos.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

RA 3. Elabora documentos escritos de carácter profesional, aplicando criterios lingüísticos, ortográficos y de estilo.

- Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los soportes y los canales para elaborar y transmitir los documentos.
- b) Se han diferenciado los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad y confidencialidad.
- f) Se han utilizado las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos y autoedición, así como sus herramientas de corrección.
- k) Se han aplicado técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones escritas, valorando su importancia para las organizaciones.

UT08.- Comunicación empresarial a través de Internet

OBJETIVOS

- Asumir la importancia en la comunicación personal y profesional de las redes sociales.
- Valorar las ventajas e inconvenientes de la comunicación en las redes sociales.
- Conocer las principales normas de netiqueta que deben aplicarse en las redes.
- Reflexionar sobre la influencia de este nuevo modo de comunicación en el ámbito de las empresas.

CONTENIDO

1. Intranet, extranet e Internet.
2. Webs o páginas de Internet.
 - 2.1. Blogs.
 - 2.2. Ventajas e inconvenientes de un blog frente a una web tradicional.
3. Redes sociales.
 - 3.1. Redes sociales generales.
 - 3.2. Redes sociales especializadas.
4. Aplicaciones de mensajería instantánea.
5. La netiqueta en la red.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

RA 3. Elabora documentos escritos de carácter profesional, aplicando criterios lingüísticos, ortográficos y de estilo.

- Criterios de evaluación:

- g) Se han publicado documentos con herramientas de la web 2.0.

UT09.- Técnicas de comunicación en la atención al cliente

OBJETIVOS

- Definir cliente y distinguir los diferentes tipos según su comportamiento.
- Identificar las fases que componen el proceso de atención al cliente.
- Analizar las motivaciones de compra y los factores que inciden en su desarrollo por parte del cliente.
- Analizar los errores más habituales en las relaciones con el cliente.

CONTENIDO

1. El cliente.
 - 1.1. Tipología de cliente y características.
 - 1.2. Factores de comportamiento del cliente.
2. Atención al cliente en la empresa.
 - 2.1. Características de la atención al cliente.
 - 2.2. Canales de comunicación del proceso de atención al cliente.
 - 2.3. Fases del proceso de la atención al cliente.
 - 2.4. Elementos del proceso de atención al cliente.
3. Satisfacción del cliente. Evaluación y control de los procesos de satisfacción.
4. Fidelización del cliente.
 - 4.1. Estrategias de fidelización.
 - 4.2. Programas de fidelización.
5. Sistemas de información y bases de datos relacionadas con la atención al cliente.
6. Variables que influyen en la atención al cliente.
 - 6.1. Posicionamiento e imagen de la marca.
 - 6.2. Relaciones públicas.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

RA 5. Aplica técnicas de comunicación, identificando las más adecuadas en la relación y atención a los clientes/usuarios.

- Criterios de evaluación:

- a) Se han aplicado técnicas de comunicación y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente/usuario en situaciones de atención/asesoramiento a este.
- 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 ha adoptado la actitud más adecuada según el comportamiento del cliente ante diversos tipos de situaciones.
- d) Se han analizado las motivaciones de compra o demanda de un producto o servicio por parte del cliente/usuario.
- e) Se ha obtenido, en su caso, la información histórica del cliente.
- f) Se ha aplicado la forma y actitud adecuadas en la atención y asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado.
- g) Se han analizado y solucionado los errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente/usuario.

UT10.- Gestión de consultas, quejas y reclamaciones

OBJETIVOS

- Valorar la importancia de la protección al consumidor.
- Identificar, analizar y aplicar la normativa en materia de consumo.
- Desarrollar un procedimiento completo de resolución de quejas y reclamaciones, identificando sus elementos básicos y utilizando los documentos apropiados.
- Identificar la normativa en materia de consumo.
- Diferenciar entre demanda y reclamación.
- Identificar todas y cada una de las fases del desarrollo de un proceso arbitral de consumo.

CONTENIDO

1. Protección del consumidor.
 - 1.1. Diferencias entre consumidor, usuario y cliente.
 - 1.2. Derechos de los consumidores. Marco legislativo.
2. Instituciones y organismos públicos y privados de protección al consumidor.
 - 2.1. Organismos públicos de protección del consumidor.
 - 2.2. Las asociaciones de consumidores y usuarios.
3. Protección del consumidor o usuario en Internet.
4. Sugerencias, quejas y reclamaciones.
 - 4.1. Diferencias entre sugerencia, queja y reclamación.
 - 4.2. Cómo realizar una reclamación.
5. Mediación y arbitraje.
 - 5.1. Mediación.
 - 5.2. Arbitraje de consumo.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

RA 6. Gestiona consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes, aplicando la normativa vigente.

- Criterios de evaluación:

- a) Se han descrito las funciones del departamento de atención al cliente en empresas.
- b) Se ha valorado la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos.
- c) Se ha interpretado la comunicación recibida por parte del cliente.
- d) Se han relacionado los elementos de la queja/reclamación con las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/reclamaciones.
- e) Se han diferenciado los tipos de demanda o reclamación.
- f) Se ha gestionado la información que hay que suministrar al cliente.
- g) Se han determinado los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones.
- h) Se han redactado escritos de respuesta, utilizando medios electrónicos u otros canales de comunicación.
- i) Se ha valorado la importancia de la protección del consumidor.
- j) Se ha aplicado la normativa en materia de consumo.

UT11.- Servicio posventa

OBJETIVOS

- Determinar las fases que componen el proceso posventa y las situaciones comerciales que precisan este servicio.
- Analizar las herramientas más habituales en el desarrollo del servicio posventa y los distintos elementos que intervienen en la fidelización de clientes.
- Identificar los estándares de calidad precisos para la prestación del servicio posventa.
- Valorar la importancia del servicio posventa en la relación con los clientes.

CONTENIDO

1. Proceso del servicio posventa y su relación con otros procesos.
 - 1.1. Información de entrada.
 - 1.2. Información de salida.
2. Actividades posteriores a la venta.
3. Gestión de la calidad en el servicio posventa.
 - 3.1. Fases para la gestión de la calidad en el servicio posventa.
 - 3.2. La valoración de un producto o servicio para el cliente. Percepción de calidad.
4. Los Técnicas y herramientas para la gestión de la calidad.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

RA 5. Aplica técnicas de comunicación, identificando las más adecuadas en la relación y atención a los clientes/usuarios.

- Criterios de evaluación:

- a) Se han aplicado técnicas de comunicación y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente/usuario en situaciones de atención/asesoramiento a este.
- 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 ha adoptado la actitud más adecuada según el comportamiento del cliente ante diversos tipos de situaciones.
- e) Se ha obtenido, en su caso, la información histórica del cliente.
- g) Se han analizado y solucionado los errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente/usuario.

RA 7. Organiza el servicio posventa, relacionándolo con la fidelización del cliente.

- Criterios de evaluación:

- a) Se ha valorado la importancia del servicio posventa en los procesos comerciales.
- b) Se han identificado los elementos que intervienen en la atención posventa.
- c) Se han identificado las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio posventa.
- d) Se han aplicado los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio posventa y los elementos que intervienen en la fidelización del cliente.
- e) Se han distinguido los momentos o fases que estructuran el proceso de posventa.
- f) Se han utilizado las herramientas de gestión de un servicio posventa.
- g) Se han descrito las fases del procedimiento de relación con los clientes.
- h) Se han descrito los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio.
- i) Se han detectado y solventado los errores producidos en la prestación del servicio.
- j) Se ha aplicado el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas.

UT12.- Archivo, registro y recuperación de la información

OBJETIVOS

- Comentar los pasos en que se resume la gestión de la correspondencia de entrada y de salida.
- Cumplimentar los libros registro de entrada y salida de correspondencia.
- Conocer las posibilidades que ofrece el servicio español de Correos.
- Valorar la necesidad de utilizar los servicios de mensajería y paquetería del sector privado.
- Conocer las principales normas y sistemas de clasificación.
- Valorar la necesidad de archivar documentos tanto en soporte papel como en soporte informático.
- Sistematizar la organización en carpetas del correo electrónico.

CONTENIDO

1. Gestión de la correspondencia.
 - 1.1. Tratamiento de la gestión de la correspondencia de entrada.
 - 1.2. Tratamiento de la gestión de la correspondencia de salida.
 - 1.3. Libros de registro.
2. Servicios de Correos, correspondencia y paquetería.
 - 2.1. Correos.
 - 2.2. Servicios privados de mensajería y paquetería.
3. Firma electrónica y certificado digital.
4. Procedimientos de seguridad y confidencialidad de la información.
5. Archivo. Concepto y finalidad.
 - 5.1. Sistemas de clasificación.
 - 5.2. Archivo: concepto y tipos.
 - 5.3. Organización del archivo.
 - 5.4. El proceso del archivo.
 - 5.5. Destrucción de documentos.
6. Archivo de la información en soporte informático.
 - 6.1. Bases de datos.
 - 6.2. Procedimientos de protección de datos.
7. Correo electrónico.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

RA 4. Determina los procesos de recepción, registro, distribución y recuperación de comunicaciones escritas, aplicando criterios específicos de cada una de estas tareas.

- Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los medios, procedimientos y criterios más adecuados en la recepción, registro, distribución y transmisión de comunicación escrita a través de los medios telemáticos.
- b) Se han determinado las ventajas e inconvenientes de la utilización de los distintos medios de transmisión de la comunicación escrita.
- c) Se ha seleccionado el medio de transmisión más adecuado en función de los criterios de urgencia, coste y seguridad.
- d) Se han identificado los soportes de archivo y registro más utilizados en función de las características de la información que se va a almacenar.
- e) Se han analizado las técnicas de mantenimiento del archivo de gestión de correspondencia convencional.
- f) Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiado al tipo de documentos.
- g) Se han reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación.
- h) Se han respetado los niveles de protección, seguridad y acceso a la información según la normativa vigente y se han aplicado, en la elaboración y archivo de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).
- i) Se han registrado los correos electrónicos recibidos o emitidos de forma organizada y rigurosa, según técnicas de gestión eficaz.
- j) Se ha realizado la gestión y mantenimiento de libretas de direcciones.
- k) Se ha valorado la importancia de la firma digital en la correspondencia electrónica.