



**DEPARTAMENTO DE
COMERCIO Y
MARKETING**

Programación Didáctica de

**SERVICIOS DE
ATENCIÓN COMERCIAL**

CURSO 2022/2023

INDICE

1. INTRODUCCIÓN AL CICLO.

- 1.0. Contextualización de la programación al entorno de aprendizaje.
- 1.1. Datos de Identificación del Ciclo con sus cualificaciones y unidades de competencia según el catálogo nacional de cualificaciones profesionales.
- 1.2. Competencia general del ciclo.
- 1.3. Contribución del área al desarrollo del Proyecto Educativo del Centro y la PGA.
- 1.4. Seguimiento, revisión y ajuste de las programaciones.
- 1.5. Actuaciones previstas según lo contemplado en la memoria curso anterior.

2. PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO.

- 2.0. Escenarios a tener en cuenta en el presente curso escolar
- 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
 - Metodología del módulo.
 - Agrupamientos.
 - Espacios.
 - Uso de las TIC's
- 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.)

1. INTRODUCCIÓN AL CICLO.

1.0. Contextualización de la programación al entorno de aprendizaje del centro.

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.

El IES MESA Y LÓPEZ sigue creciendo en el uso educativo de las redes sociales como Facebook 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; así en la actualidad el centro ya cuenta con un Blog, página en Facebook y cuenta en Twitter que están en continuo crecimiento.

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 1.200 alumnos y alumnas y sus familias, distribuidos en 45 grupos siendo un centro del Tipo B. El Claustro lo componen aproximadamente 92 profesores y profesoras que se mantiene bastante estable, con un alto porcentaje de personal con destino fijo en el centro. Es un profesorado dinámico, participativo que lleva a cabo numerosos proyectos, y que mantiene una buena interacción.

En cuanto al alumnado de **Ciclos de Formación Profesional**, en el caso de 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”, la Cruz Blanca, ...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

PROYECTO ENLAZA: proyecto de empleabilidad a través de la formación profesional, que vincula empresa y formación para la creación de empleo estable y de calidad, y que tiene a los jóvenes como principales destinatarios, fomentando el **Emprendimiento** y la **Innovación**.

En el presente curso escolar 2022-2023 se colabora en el proyecto de innovación **“LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA DIGITAL DE LA FAMILIA DE ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN”**, que se desarrolla a través de la aplicación “Empresaula”, plataforma digital de red de empresas simuladas.

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, desde la entrada en vigor del Programa **Erasmus+ K103** (2014 - 2021).

Dentro del Programa Erasmus+, el Instituto es centro coordinador del proyecto **Erasmus Plus KA229** (proyectos europeos de aprendizaje y movilidad dirigidos a profesorado y alumnado de primaria y secundaria), en el que el Centro alcanzó una calificación de sobresaliente en el global del proyecto, entrando en los primeros cien centros educativos de toda España. A pesar de que este curso, por motivo de la pandemia, no se realizarán movilizaciones seremos centro coordinador con centros de otros cuatro países: Grecia, Francia, Alemania y Portugal, impulsando actividades o proponiendo ideas, hasta que podamos realizar modalidades de alumnado y profesorado.

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.

Proyecto de innovación metodológica en 1º ESO, en las áreas de Matemáticas y Lengua Castellana y Literatura, a partir del cual se fomentará la línea actual establecida por la Consejería de Educación: el aprendizaje basado en proyectos, el aprendizaje cooperativo, la gamificación y el aula invertida en conjunción con otras materias (interdisciplinariedad).

Participamos y dinamizamos 4 Redes educativas:

- 0.1) **Promoción de la salud y educación emocional.**
- 0.2) **Educación ambiental y sostenibilidad.**
- 0.3) **Igualdad y educación afectivo-sexual y de género.**
- 0.4) **Comunicación lingüística, biblioteca y radios escolares.**

Proyecto **“Familias y referente acoso escolar”**.

Proyecto de **Dinamización del Recreo**, bajo un enfoque de convivencia positiva.

Proyecto de **Dinamización de la Biblioteca**

Proyecto **Plan Lector**: actualmente en el centro, existe un proyecto de fomento de la lectura entre el alumnado, desarrollado a la par que la dinamización del uso de la biblioteca del centro.

Plataforma Etwinning

Auxiliar de conversación en lengua inglesa.

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 CICLO CON SUS CUALIFICACIONES Y UNIDADES DE COMPETENCIA SEGÚN EL CATÁLOGO NACIONAL DE CUALIFICACIONES PROFESIONALES

Este módulo profesional de **Servicios de Atención Comercial** está incluido en el título de Técnico en Actividades Comerciales aprobado en el Real Decreto 1688/2011 de 18 de noviembre (BOE del 27/12/11) y pendiente de publicación el currículo a nivel estatal. Por otra parte en el RD 39/1997, de 17 de enero se establece el nivel básico de riesgos laborales que, se publica en el BOE del 31 enero del 1997. Este título está pendiente de que la CCAA de Canarias apruebe el Currículum.

El título de Técnico en Actividades Comerciales queda identificado por los siguientes elementos:

Denominación: Actividades Comerciales.

Nivel: Formación Profesional de Grado Medio.

Duración: 2.000 horas.

Familia Profesional: Comercio y Marketing.

Referente en la Clasificación Internacional Normalizada de la Educación: CINE-3

Los datos correspondientes al módulo profesional de **Servicios de Atención Comercial** son tal como siguen:

Nombre: **Servicios de Atención Comercial**

Código: 1234

Ciclo formativo: Actividades Comerciales

Grado: Medio

Familia Profesional: Comercio y Marketing

Duración modalidad semipresencial :84.

Curso: 2º

Especialidad del Profesorado: Procesos Comerciales (Profesor/a Técnico/a de Formación Profesional)

Módulo asociado a la unidad de competencia: UC0241_2: Ejecutar las acciones de servicio de atención al cliente, consumidor y usuario.

1.2. COMPETENCIA GENERAL DEL CICLO, PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES. (ANÁLISIS DESCRIPTIVO DEL CICLO Y DEL MÓDULO)

Competencia general del Ciclo de Actividades Comerciales.

La competencia general de este título consiste en desarrollar actividades de distribución y comercialización de bienes y/o servicios, y en gestionar un pequeño establecimiento comercial, aplicando las normas de calidad y seguridad establecidas y respetando la legislación vigente.

Competencias profesionales, personales y sociales.

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

- a) Realizar proyectos de viabilidad y de puesta en marcha y ejercicio por cuenta propia de la actividad de un pequeño negocio de comercio al por menor, adquiriendo los recursos necesarios y cumpliendo con las obligaciones legales y administrativas, conforme a la normativa vigente.
- b) Administrar y gestionar un pequeño establecimiento comercial, realizando las actividades necesarias con eficacia y rentabilidad, y respetando la normativa vigente.
- c) Realizar la venta de productos y/o servicios a través de los distintos canales de comercialización, utilizando las técnicas de venta adecuadas a la tipología del cliente y a los criterios establecidos por la empresa.
- d) Organizar las operaciones del almacenaje de las mercancías en las condiciones que garanticen su conservación, mediante la optimización de medios humanos, materiales y de espacio, de acuerdo con procedimientos establecidos.
- e) Garantizar el aprovisionamiento del pequeño negocio, previendo las necesidades de compra para mantener el nivel de servicio que requiere la atención a la demanda de los clientes o consumidores.
- f) Realizar actividades de animación del punto de venta en establecimientos dedicados a la comercialización de productos y/o servicios, aplicando técnicas de merchandising, de acuerdo con los objetivos establecidos en el plan de comercialización de la empresa.
- g) Realizar acciones de comercio electrónico, manteniendo la página web de la empresa y los sistemas sociales de comunicación a través de Internet, para cumplir con los objetivos de comercio electrónico de la empresa definidos en el plan de marketing digital.

Realizar la gestión comercial y administrativa del establecimiento comercial, utilizando el hardware y software apropiado para automatizar las tareas y trabajos.

- h) Ejecutar las acciones de marketing definidas por la organización comercial en el plan de marketing, identificando las necesidades de productos y/o servicios de los clientes, los factores que intervienen en la fijación de precios, los canales de distribución y las técnicas de comunicación para cumplir con los objetivos fijados por la dirección comercial.
- i) Ejecutar los planes de atención al cliente, gestionando un sistema de información para mantener el servicio de calidad que garantice el nivel de satisfacción de los clientes, consumidores o usuarios.
- j) Realizar ventas especializadas de productos y/o servicios, adaptando el argumentario de ventas a las características peculiares de cada caso para cumplir con los objetivos comerciales definidos por la dirección comercial.
- k) Gestionar en inglés las relaciones con clientes, usuarios o consumidores, realizando el seguimiento de las operaciones, para asegurar el nivel de servicio prestado.
- l) Adaptarse a las nuevas situaciones laborales originadas por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos, actualizando sus conocimientos, utilizando los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación.**
- m) Actuar con responsabilidad y autonomía en el ámbito de su competencia, organizando y desarrollando el trabajo asignado, cooperando o trabajando en equipo con otros profesionales en el entorno de trabajo.**
- ñ) Resolver de forma responsable las incidencias relativas a su actividad, identificando las causas que las provocan, dentro del ámbito de su competencia y autonomía.**
- n) Comunicarse eficazmente, respetando la autonomía y competencia de las distintas personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.**
- o) Aplicar los protocolos y las medidas preventivas de riesgos laborales y protección ambiental durante el proceso productivo, para evitar daños en las personas y en el entorno laboral y ambiental.
- p) Aplicar procedimientos de calidad, de accesibilidad universal y de “diseño para todos” en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.**
- q) Realizar la gestión básica para la creación y funcionamiento de una pequeña empresa y tener iniciativa en su actividad profesional.
- r) Ejercer sus derechos y cumplir con las obligaciones derivadas de su actividad profesional, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente, participando activamente en la vida económica, social y cultural.**

La formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias m), n), ñ), o), q) y s) del título.

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

A través de los distintos módulos que se imparten en el ciclo, se contribuirá al alcance de los Ejes de Actuación y objetivos estratégicos fijados por la CEUCD, para el curso 2022-2023, y explicitados en la PGA de nuestro centro educativo. En el departamento se priorizan los siguientes ejes:

ENTORNOS EDUCATIVOS SOSTENIBLES. CALIDAD, EQUIDAD, IGUALDAD E INCLUSIÓN.

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.

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 período 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.

Con respecto a nuestra contribución a la difusión y desarrollo de nuestro **PATRIMONIO CULTURAL E HISTÓRICO.**

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 en la materia de IVY, se recorrerán espacios naturales en los que se analizarán aspectos de la geografía y economía canaria.

1.4. SEGUIMIENTO, REVISIÓN Y AJUSTE DE LAS PROGRAMACIONES.

El seguimiento de las programaciones tiene carácter trimestral, quedando reflejado el mismo en una carpeta de la zona compartida que pone a disposición Jefatura de Estudios, donde cada profesor reflejará el informe correspondiente a su módulo, es decir los contenidos impartidos durante el trimestre.

Una vez iniciada 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.

1.5 ACTUACIONES PREVISTAS SEGÚN LO CONTEMPLADO EN LA MEMORIA CURSO ANTERIOR.

No hay nada que reseñar con respecto a la memoria del curso anterior.

2. PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO

2.0 Escenarios a tener en cuenta para este curso escolar

La actividad lectiva se desarrollará de forma semipresencial, 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 Píncel Ekade.. En cuanto a la enseñanza semipresencial se procederá con el uso del Campus (plataforma Moodle) del centro educativo IES Mesa y López y el uso del correo corporativo del alumnado con dominio canariaseducacion.es en situaciones de Fuerza Mayor.

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 posibilitará seguir avanzando en el módulo y en el ciclo formativo.

Con respecto al alumnado repetidor se han de asegurar los aprendizajes básicos que permitan 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, informando a través de Píncel Ekade.

2.1 Objetivos generales del Ciclo vinculados al módulo

- 0.a) Recabar las iniciativas emprendedoras y buscar las oportunidades de creación de pequeños negocios comerciales al por menor, valorando el impacto sobre el entorno de actuación e incorporando valores éticos para realizar proyectos de viabilidad de implantación por cuenta propia de negocios comerciales al por menor.
- 0.b) Delimitar las características y cuantía de los recursos económicos necesarios, atendiendo a las características de la tienda y de los productos ofertados para la puesta en marcha de un pequeño negocio al por menor.
- 0.c) Analizar operaciones de compraventa y de cobro y pago, utilizando medios convencionales o electrónicos para administrar y gestionar un pequeño establecimiento comercial.
- 0.d) Comparar y evaluar pedidos de clientes a través de los diferentes canales de comercialización, atendiendo y satisfaciendo sus necesidades de productos y/o servicios, para realizar la venta de productos y/o servicios.
- 0.e) Identificar los procesos de seguimiento y post venta, atendiendo y resolviendo, las reclamaciones presentadas por los clientes, para realizar la venta de productos y/o servicios.

- 0.f) Reconocer las tareas de recepción, ubicación y expedición de mercancías en el almacén, asignando medios materiales y humanos, controlando los stocks de mercancías y aplicando la normativa vigente en materia de seguridad e higiene, para organizar las operaciones del almacenaje de las mercancías.
- 0.g) Acopiar y procesar datos de previsiones de demanda y compras a proveedores, utilizando tecnologías de la información y comunicación para garantizar el aprovisionamiento del pequeño negocio.
- 0.h) Identificar y elegir los mejores proveedores y/o suministradores, negociando las ofertas y condiciones de suministro para realizar las compras necesarias que mantengan el nivel de servicio establecido en función de la demanda de los clientes o consumidores.
- 0.i) Crear imagen de tienda, combinando los elementos exteriores e interiores del establecimiento comercial con criterios comerciales, para realizar actividades de animación del punto de venta en establecimientos dedicados a la comercialización de productos y/o servicios.
- 0.j) Analizar las políticas de venta y fidelización de clientes, organizando la exposición y promoción del surtido, para realizar actividades de animación del punto de venta en establecimientos dedicados a la comercialización de productos y/o servicios.
- 0.k) Seleccionar datos e introducirlos en la página web de la empresa, realizando su mantenimiento y buscando un buen posicionamiento, la facilidad de uso y la máxima persuasión para realizar acciones de comercio electrónico.

Fomentar las interrelaciones con otros usuarios de la red, utilizando estrategias de marketing digital en las redes sociales, para realizar acciones de comercio electrónico.

- 0.l) Reconocer las características de los programas informáticos utilizados habitualmente en el sector comercial, confeccionando documentos y materiales informáticos para realizar la gestión comercial y administrativa del establecimiento comercial.
- 0.m) Identificar el mercado y el entorno de la empresa comercial, obteniendo y organizando la información de los agentes que intervienen en el proceso comercial y aplicando políticas de marketing apropiadas para ejecutar las acciones de marketing definidas por la organización comercial en el plan de marketing.
- 0.n) Seleccionar acciones de información al cliente, asesorándolo con diligencia y cortesía y gestionando en su caso las quejas y reclamaciones presentadas, para ejecutar los planes de atención al cliente.**
- 0.o) Determinar las características diferenciadoras de cada subsector comercial, ofertando los productos y/o servicios mediante técnicas de marketing apropiadas para realizar ventas especializadas de productos y/o servicios.
- 0.p) Identificar expresiones y reglas de comunicación en inglés, tanto de palabra como por escrito, para gestionar en inglés las relaciones con clientes, usuarios o consumidores.
- 0.q) Analizar y utilizar los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación para aprender y actualizar sus conocimientos, reconociendo las posibilidades de mejora profesional y personal, para adaptarse a diferentes situaciones profesionales y laborales.**
- 0.r) **Desarrollar trabajos en equipo y valorar su organización, participando con tolerancia y respeto, y tomar decisiones colectivas o individuales para actuar con responsabilidad y autonomía.**
- 0.s) Adoptar y valorar soluciones creativas ante problemas y contingencias que se presentan en el desarrollo de los procesos de trabajo, para resolver de forma responsable las incidencias de su actividad.
- 0.t) Aplicar técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a su finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia del proceso.**
- 0.u) Analizar los riesgos ambientales y laborales asociados a la actividad profesional, relacionándolos con las causas que los producen, a fin de fundamentar las medidas preventivas que se van adoptar, y aplicar los protocolos correspondientes para evitar daños en uno mismo, en las demás personas, en el entorno y en el medio ambiente.
- 0.v) Analizar y aplicar las técnicas necesarias para dar respuesta a la accesibilidad universal y al “diseño para todos”.
- 0.w) Aplicar y analizar las técnicas necesarias para mejorar los procedimientos de calidad del trabajo en el proceso de aprendizaje y del sector productivo de referencia.**
- 0.x) Utilizar procedimientos relacionados con la cultura emprendedora, empresarial y de iniciativa profesional, para realizar la gestión básica de una pequeña empresa o emprender un trabajo.

Reconocer sus derechos y deberes como agente activo en la sociedad, teniendo en cuenta el marco legal que regula las condiciones sociales y laborales para participar como ciudadano democrático.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales **ñ), q), r), t), w) e y)** del ciclo formativo.

2.2 Competencias profesionales, personales y sociales vinculadas al Módulo.

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

- 0.y) Realizar proyectos de viabilidad y de puesta en marcha y ejercicio por cuenta propia de la actividad de un pequeño negocio de comercio al por menor, adquiriendo los recursos necesarios y cumpliendo con las obligaciones legales y administrativas, conforme a la normativa vigente.
- 0.z) Administrar y gestionar un pequeño establecimiento comercial, realizando las actividades necesarias con eficacia y rentabilidad, y respetando la normativa vigente.
- 0.aa) Realizar la venta de productos y/o servicios a través de los distintos canales de comercialización, utilizando las técnicas de venta adecuadas a la tipología del cliente y a los criterios establecidos por la empresa.
- 0.ab) Organizar las operaciones del almacenaje de las mercancías en las condiciones que garanticen su conservación, mediante la optimización de medios humanos, materiales y de espacio, de acuerdo con procedimientos establecidos.
- 0.ac) Garantizar el aprovisionamiento del pequeño negocio, previendo las necesidades de compra para mantener el nivel de servicio que requiere la atención a la demanda de los clientes o consumidores.
- 0.ad) Realizar actividades de animación del punto de venta en establecimientos dedicados a la comercialización de productos y/o servicios, aplicando técnicas de merchandising, de acuerdo con los objetivos establecidos en el plan de comercialización de la empresa.
- 0.ae) Realizar acciones de comercio electrónico, manteniendo la página web de la empresa y los sistemas sociales de comunicación a través de Internet, para cumplir con los objetivos de comercio electrónico de la empresa definidos en el plan de marketing digital.
- 0.af) Realizar la gestión comercial y administrativa del establecimiento comercial, utilizando el hardware y software apropiado para automatizar las tareas y trabajos.
- 0.ag) Ejecutar las acciones de marketing definidas por la organización comercial en el plan de marketing, identificando las necesidades de productos y/o servicios de los clientes, los factores que intervienen en la fijación de precios, los canales de distribución y las técnicas de comunicación para cumplir con los objetivos fijados por la dirección comercial.
- 0.ah) Ejecutar los planes de atención al cliente, gestionando un sistema de información para mantener el servicio de calidad que garantice el nivel de satisfacción de los clientes, consumidores o usuarios.
- 0.ai) Realizar ventas especializadas de productos y/o servicios, adaptando el argumentario de ventas a las características peculiares de cada caso para cumplir con los objetivos comerciales definidos por la dirección comercial.

Gestionar en inglés las relaciones con clientes, usuarios o consumidores, realizando el seguimiento de las operaciones, para asegurar el nivel de servicio prestado.

- 0.aj) Adaptarse a las nuevas situaciones laborales originadas por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos, actualizando sus conocimientos, utilizando los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación.
- 0.ak) Actuar con responsabilidad y autonomía en el ámbito de su competencia, organizando y desarrollando el trabajo asignado, cooperando o trabajando en equipo con otros profesionales en el entorno de trabajo.
- 0.al) Resolver de forma responsable las incidencias relativas a su actividad, identificando las causas que las provocan, dentro del ámbito de su competencia y autonomía.
- 0.am) Comunicarse eficazmente, respetando la autonomía y competencia de las distintas personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.
- 0.an) Aplicar los protocolos y las medidas preventivas de riesgos laborales y protección ambiental durante el proceso productivo, para evitar daños en las personas y en el entorno laboral y ambiental.
- 0.ao) Aplicar procedimientos de calidad, de accesibilidad universal y de “diseño para todos” en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.
- 0.ap) Realizar la gestión básica para la creación y funcionamiento de una pequeña empresa y tener iniciativa en su actividad profesional.

Ejercer sus derechos y cumplir con las obligaciones derivadas de su actividad profesional, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente, participando activamente en la vida económica, social y cultural.

2.3 Resultados de aprendizaje, Criterios de Evaluación y contenidos

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
1. Desarrolla actividades de atención/información al cliente, procurando transmitir la imagen más adecuada de la empresa u organización.	<ul style="list-style-type: none">a) Se han identificado las funciones del departamento de atención al cliente de distintos tipos de empresas y organizaciones.b) Se han identificado diferentes tipos de organización del departamento de atención al cliente según características de la empresa u organización.c) Se han definido las relaciones del departamento de atención al cliente con el de marketing, el de ventas y otros departamentos de la empresa.d) Se han confeccionado organigramas de empresas comerciales, teniendo en cuenta su tamaño, estructura y actividad.e) Se han diferenciado las áreas de actividad y acciones del servicio de atención al cliente, teniendo en cuenta la legislación vigente.f) Se han identificado las funciones de los contact centers y los servicios que prestan a las empresas u organizaciones.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p>2. Utiliza técnicas de comunicación en situaciones de atención al cliente/consumidor/usuario, proporcionando la información solicitada.</p>	<ul style="list-style-type: none"> a) Se ha descrito el proceso de comunicación, los elementos que intervienen y las barreras y dificultades que pueden surgir en el mismo. b) Se han identificado los canales de comunicación, interna y externa, de las empresas y organizaciones. c) Se han descrito las fases del proceso de información al cliente y las técnicas utilizadas en los diferentes canales de comunicación. d) Se ha solicitado la información requerida por el cliente al departamento u organismo competente, a través de distintos canales de comunicación. e) Se ha facilitado información a supuestos clientes, utilizando la escucha activa y prestando especial atención a la comunicación no verbal. f) Se han mantenido conversaciones telefónicas para informar a supuestos clientes, utilizando actitudes, normas de protocolo y técnicas adecuadas. g) Se han redactado escritos de respuesta a solicitudes de información en situaciones de atención al cliente, aplicando las técnicas adecuadas. h) Se ha utilizado el correo electrónico y la mensajería instantánea para contestar a las consultas de clientes, respetando las normas de protocolo y adoptando una actitud adecuada.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p>3. Organiza la información relativa a la relación con los clientes, aplicando técnicas de organización y archivo tanto manuales como informáticos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> a) Se han descrito las técnicas de organización y archivo de la información, tanto manual como informática. b) Se han descrito las técnicas más habituales de catalogación y archivo de documentación, analizando sus ventajas e inconvenientes. c) Se han clasificado distintos tipos de documentación en materia de atención al cliente/consumidor/usuario. d) Se han elaborado, actualizado y consultado bases de datos con la información relativa a los clientes. e) Se han manejado herramientas de gestión de las relaciones con los clientes (CRM), de acuerdo con las especificaciones recibidas. f) Se ha registrado la información relativa a las consultas o solicitudes de los clientes en la herramienta de gestión de las relaciones con clientes. g) Se han aplicado métodos para garantizar la integridad de la información y la protección de datos, de acuerdo con la normativa vigente

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p>4. Identifica los organismos e instituciones de protección y defensa del consumidor y usuario, analizando las competencias de cada uno de ellos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> a) Se ha definido el concepto del consumidor y usuario, diferenciando los consumidores finales y los industriales. b) Se ha identificado la normativa nacional, autonómica y local que regula los derechos del consumidor y usuario. c) Se han identificado las instituciones y organismos, públicos y privados, de protección al consumidor y usuario, describiendo sus competencias. d) Se ha interpretado la normativa aplicable a la gestión de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor/usuario en materia de consumo. e) Se han descrito las fuentes de información que facilitan información fiable en materia de consumo.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p>5. Realiza trámites de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor, aplicando técnicas de comunicación y negociación para su resolución.</p>	<ul style="list-style-type: none"> a) Se han identificado los tipos de consultas, quejas, reclamaciones y denuncias más habituales en materia de consumo. b) Se ha descrito el procedimiento que hay que seguir, así como las fases, la forma y los plazos del proceso de tramitación de las reclamaciones del cliente. c) Se ha informado al cliente de sus derechos y los posibles mecanismos de solución de la reclamación, de acuerdo con la normativa vigente. d) Se ha cumplimentado la documentación necesaria para cursar la reclamación hacia el departamento u organismo competente. e) Se han aplicado técnicas de comunicación en la atención de las quejas y reclamaciones, utilizando la escucha activa, la empatía y la asertividad. f) Se han utilizado técnicas de negociación y actitudes que faciliten el acuerdo para resolver las reclamaciones del cliente. g) Se han identificado y cumplimentado los documentos relativos a la tramitación de las quejas, reclamaciones y denuncias. h) Se ha informado al reclamante de la situación y del resultado de la queja o reclamación, de forma oral y/o escrita, y/o por medios electrónicos.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p>6. Colabora en la ejecución del plan de calidad y mejora del servicio de atención al cliente, aplicando técnicas de evaluación y control de la eficacia del servicio.</p>	<ul style="list-style-type: none"> a) Se han identificado los métodos aplicables para evaluar la eficacia del servicio de atención/información al cliente. b) Se ha realizado el seguimiento del proceso de tramitación de las quejas y reclamaciones, evaluando la forma y los plazos de resolución. c) Se han identificado las principales incidencias y retrasos en el servicio de atención al cliente y en la resolución de quejas y reclamaciones. d) Se han descrito las principales medidas aplicables para solucionar las anomalías detectadas y mejorar la calidad del servicio. e) Se han aplicado técnicas para medir el nivel de satisfacción del cliente y la eficacia del servicio prestado. f) Se han redactado informes con los resultados y conclusiones de la evaluación de la calidad, utilizando herramientas informáticas. g) Se han aplicado las acciones establecidas en el plan de mejora de la calidad del servicio, utilizando aplicaciones informáticas. h) Se han desarrollado las acciones establecidas en el plan de fidelización de clientes, utilizando la información disponible en la herramienta de gestión de las relaciones con los clientes (CRM).

2. 3. Contenidos

1.- ATENCIÓN COMERCIAL EN LA EMPRESA	
	<ul style="list-style-type: none">- La atención al cliente en las empresas y organizaciones. Tipos y funciones.- La gestión de las relaciones con clientes y clientas.- La identidad corporativa y la imagen de marca.- Servicios de atención al cliente/consumidor/usuario.- El Departamento de Atención al Cliente en las empresas y organizaciones.- Relaciones con otros departamentos de la empresa u organización.- Estructuras organizativas: organigramas.- Tipos de organigramas.- Los <i>contact centers</i>. Funciones que desarrollan en la relación con la clientela. Tipología. Servicios que prestan a las empresas.
	<ul style="list-style-type: none">- Tipificación de las funciones del Departamento de Atención al Cliente de distintos tipos de empresas y organizaciones.- Identificación de los diferentes tipos de organización del Departamento de Atención al Cliente según características de la empresa u organización.- Definición de las relaciones del Departamento de Atención al Cliente con el de <i>Marketing</i>, el de Ventas y otros departamentos de la empresa.- Confección de organigramas de empresas comerciales, teniendo en cuenta su tamaño, estructura y actividad.- Diferenciación de las áreas de actividad y acciones del Servicio de Atención al Cliente, teniendo en cuenta la legislación vigente.- Detalle de las funciones de los <i>contact centers</i> y los servicios que prestan a las empresas u organizaciones.

	<ul style="list-style-type: none">- Planificación metódica de las tareas a realizar con previsión de las dificultades y el modo de superarlas.- Valoración del orden y limpieza, tanto durante las fases del proceso como en la presentación de las actividades y tareas.- Actitud ordenada y metódica durante la realización de las tareas y perseverancia ante las dificultades
--	---

2.- LA COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA, INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN.

	<ul style="list-style-type: none">- La comunicación en la empresa, información y comunicación.- El proceso de comunicación.- Tipos de comunicación.- Técnicas de comunicación en situaciones de información al cliente o clienta.- La empatía.- La asertividad.- La comunicación oral. La comunicación telefónica: lenguaje, gestión, medios de atención telefónica, normas, reglas, códigos y sistemas de comunicación telefónica- La comunicación no verbal: mirada, expresiones, gestos, apariencia.- La comunicación escrita. Tipos de cartas comerciales. Comunicaciones formales (instancia, recurso, certificado, declaración y oficio). Informes. Otros documentos escritos.- La comunicación escrita a través de la red (Internet/intranet).- El correo electrónico. La mensajería instantánea.- Comunicación en tiempo real (<i>chat</i> y videoconferencia) y comunicación diferida (foros)...
	<ul style="list-style-type: none">- Descripción del proceso de comunicación, los elementos que intervienen, y las barreras y dificultades que pueden surgir en el mismo.- Identificación de los canales de comunicación, interna y externa, de las empresas y organizaciones.- Descripción de las fases del proceso de información al cliente o clienta y las técnicas utilizadas en los diferentes canales de comunicación.- Petición de la información requerida por el cliente o clienta al Departamento u organismo competente, a través de distintos canales de comunicación.- Comunicación de información a supuestos clientes y clientas,

	<p>utilizando la escucha activa y prestando especial atención a la comunicación no verbal.</p> <ul style="list-style-type: none">- Celebración de conversaciones telefónicas para informar a supuestos clientes y clientas, utilizando actitudes, normas de protocolo y técnicas adecuadas.- Redacción de escritos de respuesta a solicitudes de información en situaciones de atención al cliente, aplicando las técnicas adecuadas.- Uso y gestión del correo electrónico y la mensajería instantánea para contestar a las consultas de clientes y clientas, respetando las normas de protocolo y adoptando una actitud adecuada.
	<ul style="list-style-type: none">- Planificación metódica de las tareas a realizar, con previsión de las dificultades y el modo de superarlas.- Valoración del orden y limpieza, tanto durante las fases del proceso como en la presentación de las actividades y tareas.- Actitud ordenada y metódica durante la realización de las tareas, y perseverancia ante las dificultades.

3.- TÉCNICAS DE ORGANIZACIÓN Y ARCHIVO DE DOCUMENTACIÓN.

	<ul style="list-style-type: none">- Técnicas de organización y archivo de documentación. Sistemas de clasificación, catalogación y archivo de documentos.-- Tipos de archivos.- Organización de documentos de atención al cliente.- Ficheros de clientes y clientas.- Las bases de datos.- Bases de datos documentales.- Herramientas de gestión de las relaciones con la clientela (CRM).- Manejo de bases de datos de clientes y clientas.- Transmisión de información en la empresa. Elaboración de informes.- Normativa legal en materia de protección de datos.
	<ul style="list-style-type: none">- Descripción de las técnicas de organización y archivo de la información, tanto manual como informática.- Descripción de las técnicas más habituales de catalogación y archivo de documentación, analizando sus ventajas e inconvenientes.- Clasificación de los distintos tipos de documentación en materia de atención al cliente/consumidor/usuario.- Elaboración, actualización y consulta de bases de datos con la información relativa a la clientela.- Manejo de herramientas de gestión de las relaciones con la clientela (CRM), de acuerdo con las especificaciones recibidas.- Registro de la información relativa a las consultas o solicitudes de la clientela en la herramienta de gestión de las relaciones con clientes y clientas.- Aplicación de métodos para garantizar la integridad de la información y la protección de datos, de acuerdo con la normativa vigente.
	<ul style="list-style-type: none">- Planificación metódica de las tareas a realizar con previsión de las

	<p>dificultades y el modo de superarlas.</p> <ul style="list-style-type: none">- Valoración del orden y limpieza, tanto durante las fases del proceso como en la presentación de las actividades y tareas.- Compromiso y cumplimiento de los plazos establecidos en la ejecución de una tarea.
--	---

4.- LA CALIDAD EN EL SERVICIO DE ATENCIÓN COMERCIAL	
	<ul style="list-style-type: none"> - Procedimientos de evaluación y control del servicio de atención al cliente. - Normativa aplicable en la atención al cliente. - Estrategias y técnicas de fidelización de la clientela. - Programas de fidelización de la clientela.
	<ul style="list-style-type: none"> - Identificación de los métodos aplicables para evaluar la eficacia del servicio de atención/información al cliente. - Realización del seguimiento del proceso de tramitación de las quejas y reclamaciones, evaluando la forma y los plazos de resolución. - Formulación de las principales incidencias y retrasos en el servicio de atención al cliente y en la resolución de quejas y reclamaciones. - Descripción de las principales medidas aplicables para solucionar las anomalías detectadas y mejorar la calidad del servicio. - Aplicación de técnicas para medir el nivel de satisfacción del cliente o clienta y la eficacia del servicio prestado. - Redacción de informes con los resultados y conclusiones de la evaluación de la calidad, utilizando herramientas informáticas. - Aplicación de las acciones establecidas en el Plan de Mejora de la Calidad del Servicio, utilizando aplicaciones informáticas. - Desarrollo de las acciones establecidas en el Plan de Fidelización de Clientes y Clientas, utilizando la información disponible en la herramienta de gestión de las relaciones con la clientela (CRM).
	<ul style="list-style-type: none"> - Planificación metódica de las tareas a realizar, con previsión de las dificultades y el modo de superarlas. - Actitud ordenada y metódica durante la realización de las tareas,

	y perseverancia ante las dificultades. - Compromiso y cumplimiento de los plazos establecidos en la ejecución de una tarea.
--	--

5.- REALIZACIÓN DE LA TRAMITACIÓN DE QUEJAS Y RECLAMACIONES DEL CLIENTE/CONSUMIDOR O DE LA CLIENTA/CONSUMIDORA.

	<ul style="list-style-type: none">- Tipos de consultas, quejas, reclamaciones y denuncias más habituales en materia de consumo.- Normativa vigente en materia de consumo aplicable a la gestión de reclamaciones y denuncias.- Fases del proceso de tramitación de reclamaciones y denuncias.- Procedimiento de recogida de las reclamaciones.- Proceso de tramitación de las reclamaciones.- Las reclamaciones ante la Administración.- Las técnicas de comunicación en situaciones de quejas y reclamaciones.- Tratamiento al cliente o clienta ante las quejas y reclamaciones. La escucha activa. La empatía. La asertividad- La negociación en la resolución de quejas y reclamaciones.- El Plan de Negociación. Fases: preparación y estrategia, desarrollo y acuerdo.- Técnicas de negociación en las reclamaciones.
	<ul style="list-style-type: none">- Identificación de los tipos de consultas, quejas, reclamaciones y denuncias más habituales en materia de consumo.- Descripción del procedimiento que hay que seguir, así como las fases, la forma y los plazos del proceso de tramitación de las reclamaciones del cliente o clienta.- Información al cliente o clienta de sus derechos y los posibles mecanismos de solución de la reclamación, de acuerdo con la normativa vigente.- Cumplimentación de la documentación necesaria para cursar la reclamación hacia el departamento u organismo competente.

	<ul style="list-style-type: none">- Aplicación de técnicas de comunicación en la atención de las quejas y reclamaciones, utilizando la escucha activa, la empatía y la asertividad.- Uso de técnicas de negociación y actitudes que faciliten el acuerdo para resolver las reclamaciones del cliente o clienta.- Tipificación, descripción, y cumplimentación de los documentos relativos a la tramitación de las quejas, reclamaciones y denuncias.- Información al reclamante de la situación y del resultado de la queja o reclamación, de forma oral y/o escrita, y/o por medios electrónicos.
	<ul style="list-style-type: none">- Valoración del orden y limpieza, tanto durante las fases del proceso como en la presentación de las actividades y tareas.- Actitud ordenada y metódica durante la realización de las tareas, y perseverancia ante las dificultades.- Compromiso y cumplimiento de los plazos establecidos en la ejecución de una tarea.

6.- LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR.	
	<ul style="list-style-type: none"> - Concepto de “consumidor” o “consumidora” y “usuario” o “usuaria”. - Consumidores o consumidoras, y usuarios o usuarias finales e industriales. - Derechos del consumidor o consumidora. - La defensa del consumidor o consumidora. Normativa legal. - Instituciones públicas de protección al consumidor o consumidora. Tipología. Competencias. - Entidades privadas de protección al consumidor o consumidora. Tipología. Competencias.
	<ul style="list-style-type: none"> - Definición del concepto de “consumidor” o “consumidora” y “usuario” o “usuaria”, diferenciando los consumidores o consumidoras finales y los industriales. - Identificación de la normativa nacional, autonómica y local que regula los derechos del consumidor o consumidora y usuario o usuaria. - Identificación de las instituciones y organismos, públicos y privados, de protección al consumidor o consumidora y usuario o usuaria, describiendo sus competencias. - Interpretación de la normativa aplicable a la gestión de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor/usuario o de la clienta/consumidora/usuaria en materia de consumo. - Descripción de las fuentes de información que facilitan información fiable en materia de consumo.
	<ul style="list-style-type: none"> - Planificación metódica de las tareas a realizar, con previsión de las dificultades y el modo de superarlas. - Actitud ordenada y metódica durante la realización de las tareas, y perseverancia ante las dificultades. - Compromiso y cumplimiento de

	los plazos establecidos en la ejecución de una tarea.
--	---

UNIDADES DE TRABAJO	Nº horas
U.T. 0.- Introducción al módulo	1
U.T. 1.- Atención comercial en la empresa	2
U.T. 2 La comunicación en la empresa, información y comunicación	2
U.T. 3. Técnicas de organización y archivo de documentación.	3
U.T. 4.- La calidad en el servicio de atención comercial.	2
U.T. 5.- Realización de la tramitación de quejas y reclamaciones.	3
U.T. 6.- La protección del consumidor.	2
TOTAL HORAS:	15

2.2. Metodología

- **Metodología de módulo**

El régimen de modalidad de enseñanza es semipresencial con tutorización voluntaria.

El perfil del alumnado del régimen semipresencial con tutorización voluntaria se corresponde con profesionales que tienen tal nivel de autonomía en el aprendizaje que les permite reducir la asistencia presencial a clase.

Este régimen presenta las siguientes características:

- El alumnado desarrolla gran parte del trabajo de forma autónoma, fuera del centro educativo.
- La enseñanza cuenta con apoyo tutorial presencial en el centro, así como con apoyo tutorial temático para las actividades realizadas fuera del mismo.
- El alumnado ha de asistir obligatoriamente a las prácticas presenciales y pruebas de evaluación.
- Este módulo se fraccionará en unidades didácticas que se

desarrollaran por periodos semanales.

Para el desarrollo de las unidades se cuenta con el siguiente apoyo tutorial, distribuido de la siguiente manera:

La enseñanza cuenta con apoyo tutorial presencial en el centro, así como con apoyo tutorial temático para las actividades realizadas fuera del mismo.

- Presenciales obligatorias 15 horas lectivas
- Tutorías teóricas básicas 17 horas lectivas
- Apoyo telemático (obligatorias docentes) 20 horas lectivas
- Autoaprendizaje 32 horas.

Presenciales obligatorias

Las prácticas presenciales serán comunes y dado que son indispensables para el desarrollo de la competencia profesional, tienen carácter obligatorio, las 15 horas lectivas a razón de una hora semanal, comenzarán el 23 de marzo 2023 hasta el 14 de junio 2023. En caso de que el alumnado no supere dichas prácticas se establecerá el procedimiento de recuperación de estas.

Tutorías teóricas básicas

Estas tutorías no son de asistencia obligatoria al centro. En ellas se desarrollan actividades de introducción y Consolidación de la unidad o unidades que corresponda. Aquí se computan 17 horas lectivas.

Apoyo telemático (obligatorio docente)

Su finalidad es que el alumnado pueda aclarar o profundizar en aquellos aspectos de su aprendizaje en que presente mayores dificultades y resolver las dudas y problemas surgidos durante el desarrollo del módulo. Se corresponde con 20 horas lectivas.

Horario de las tutorías:

Las tutorías se establecen en horarios de tarde/noche, de modo que facilite la mayor asistencia del alumnado a las mismas. Excepcionalmente se podrán programar horarios alternativos, justificados adecuadamente, previa autorización de la Dirección General de Formación Profesional y Educación de Adultos.

Los horarios de los distintos tipos de tutorías se entregarán al alumnado al comienzo de cada curso o módulo. Si se previesen cambios en el horario establecido para los distintos tipos de tutoría, en especial de las prácticas, o en el calendario general del curso, se comunicarán al alumnado en la tutoría práctica de la semana anterior o en el Aula Virtual. En el caso de que por cualquier circunstancia una tutoría práctica no se pudiese impartir, por causa imputable al profesorado o al centro, o bien no se superase, el profesorado establecerá las medidas para la recuperación de estas.

Con carácter general, la metodología aplicada en este ciclo formativo debe crear situaciones de enseñanza que provoquen aprendizajes activos,

colaborativos y generativos.

- **Aprendizaje activo** donde el alumno participa realizando las actividades de enseñanza-aprendizaje programadas, aportando sus opiniones y participando tanto en el proceso como en su evaluación, logrando con ello aprendizajes útiles, aplicables.
- **Aprendizaje cooperativo** donde el alumno aprende a trabajar en grupo, responsabilizándose de forma individual y colectiva del resultado del aprendizaje, creando una colaboración positiva entre los miembros del grupo.
- **Aprendizaje generativo** donde el alumno a través de la indagación y descubrimiento, utilizando las actividades de enseñanza-aprendizaje, avanza en su aprendizaje y aplicación de sus conocimientos.

Las técnicas metodológicas que utilizar, en aplicación de los principios y metodología indicados anteriormente, son las siguientes:

- ✎ **Expositiva** por parte del profesor para introducir cada uno de los nuevos contenidos, con utilización de imágenes y esquemas.
- ✎ **Demostrativa** por parte del profesor para mostrar el uso correcto de herramientas y equipos en las técnicas y procedimientos de la compraventa.
- ✎ **Interrogativa** para plantear nuevas cuestiones en los procesos de compraventa.
- ✎ **Deductiva** como técnica para enfrentarse al análisis de las ventas aplicando de forma lógica y razonada sus conocimientos en la siguiente secuencia: aplicación de los principios básicos de **funcionamiento, observación, medición** de parámetros, **análisis** de resultados y determinación de la **compraventa** y su **causa**.
- ✎ **Investigadora** para motivar y despertar en el alumno la curiosidad para descubrir las causas que llevan al cliente a adoptar decisiones.

Esta metodología, aplicada en actividades útiles y motivadoras, persigue:

- ✎ **Mantener al alumno en actividad constante**, para ello toda explicación teórica lleva asociada una aplicación práctica (esquema, resumen, representación en el aula, role-play, etc.)
- ✎ **Utilizar actividades que generen aprendizajes significativos** (reales, aplicables, ...) para mantener al alumno motivado y facilitar su aprendizaje.

Cada una de las unidades de trabajo llevar la siguiente secuencia:

- ✎ **Exposición del profesor y debate** entre los alumnos de los aspectos.
- ✎ **Realización de las actividades de enseñanza-aprendizaje** por parte de los alumnos, de cada una de las unidades de trabajo utilizando, con carácter general, como elementos fundamentales:

La docente actúa como el dinamizadora del grupo clase y del proceso de enseñanza, aprendizaje y evaluación.

2.5 Estrategias para desarrollar la educación en valores y la interdisciplinariedad.

En todo momento potenciaremos en los alumnos actividades de respeto a las medidas de prevención de riesgos y respecto al medio ambiente, mediante la observación y refuerzo de buenas prácticas, con aplicación de las mismas a las actividades que se realicen. Asimismo se promoverá el uso adecuado de las instalaciones y equipos disponibles, tomando conciencia de la importancia del cuidado de los mismos.

Con el trabajo en grupo propiciamos que los alumnos reconozcan las dificultades y ventajas de la cooperación, además del fomento del respeto a las diferencias individuales y la superación de problemas de aprendizaje, relaciones mediante la cooperación mutua.

Con el trabajo en grupo propiciamos que los alumnos reconozcan las dificultades y ventajas de la cooperación, además del fomento del respeto a las diferencias individuales y la superación de problemas de aprendizaje, relaciones... mediante la cooperación mutua.

2.6 Atención a la diversidad.

La evaluación del **alumnado con necesidades educativas especiales** presentes en el grupo-clase, se realizará tomando como referencia los criterios de evaluación propuestos para el resto de alumnos/as, si bien con la adaptación necesaria a las necesidades educativas especiales del alumno concreto, adaptaciones que en ningún caso podrán afectar al dominio de las capacidades terminales previstas en el módulo y en último término el objetivo del módulo (eje organizador), de acuerdo con lo establecido en el artículo 20 del Decreto 156/1996 que regula la FP en Canarias.

2.7 Evaluación.

Características de la evaluación.

De acuerdo con la normativa vigente (Orden de 20 de octubre de 2000, modificada y ampliada por la de 3 de Diciembre de 2003), por la que se regulan los procesos de evaluación de las Enseñanzas de la Formación Profesional Específica en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Canarias, en su artículo 2.1. dice textualmente: *“la evaluación en la Formación Profesional Específica se realizará a lo largo de todo el proceso de enseñanza-aprendizaje del alumnado, teniendo, por ello, un carácter continuo. Con este fin, la programación de este módulo profesional deberá considerar que las actividades de enseñanza-aprendizaje lo sean también de evaluación”*. La evaluación por tanto, será continua, y se observará y evaluará todo el proceso educativo, lo que permitirá guiar al alumnado en dicho proceso, detectar errores en la adquisición de habilidades y destrezas, y recuperar aquellos aspectos en los que se detecten deficiencias, de tal manera que se alcancen los objetivos previstos. Esto también supone que, en aquellos casos en que el alumnado demande material o ejercicios suplementarios de ampliación, recuperación y/o mejora, les serán aportadas por el equipo educativo.

Por último la Ley Orgánica de Educación (LOE) mantiene que la calificación de los módulos profesionales será numérica, sin decimales y entre uno y diez. Se considerarán positivas las puntuaciones iguales o superiores a cinco puntos.

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

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, cuestionarios y/o entrevistas.

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

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.

Seguiremos una metodología Activa y Participativa que facilite la interacción, fomente la responsabilidad sobre el aprendizaje, asegure la motivación, favorezca la modificación o adquisición de nuevas actitudes, posibilite el desarrollo de habilidades y potencie la evaluación como un proceso de retroalimentación.

Modelo de metodología dirigida a la motivación:

Se utilizarán los diferentes tipos de tutorías establecidos por la Dirección General de Formación Profesional y Educación de Adultos. Según la misma, se establecen las siguientes tutorías:

Tutorías presenciales y obligatorias, son de carácter práctico y serán las que podríamos denominar “clases presenciales”, serán un solo día a la semana y durante dos horas.

Tutorías voluntarias y presenciales, de carácter voluntario, en las que se resolverán dudas de los alumnos que comparezcan a las mismas. Un día diferente al de las anteriores y también durante dos horas.

La metodología didáctica a emplear comprenderá técnicas y estrategias de enseñanza- aprendizaje en las que se complementen actividades tradicionales de la enseñanza presencial con la particularidad de la formación a distancia que necesita de un soporte tecnológico apropiado como es el Aula Virtual, además de la posibilidad de utilizar el correo electrónico, para lo cual a todos los alumnos se les abrirá una cuenta con dominio canariaseducacion.es

Se potenciará:

El desarrollo de la capacidad para aprender por sí mismos, de modo que adquieran una identidad y madurez profesionales motivadoras de futuros aprendizajes y adaptaciones al cambio de las cualificaciones. A través del estímulo del autoaprendizaje, proponiéndole técnicas de búsqueda de información, elementos que le faciliten las interpretaciones, contrastación de pareceres con otros miembros, estimulando la actualización permanente,..., que le permitan aceptar los cambios y participando activamente en la evolución de los procesos de administración y gestión empresarial, adaptarse a los cambios técnicos, organizativos y normativos que se experimentan de forma continuada de una forma normalizada.

El módulo dispone de una hora de tutoría práctica obligatoria en el período comprendido entre el 23 de marzo 2023 hasta el 14 de junio 2023

Desde el principio de curso va a estar en el aula virtual, plataforma Campus, a disposición del alumnado el material (apuntes, ejercicios, textos legales, artículos de prensa, material elaborado por el propio alumnado) de manera que el que quiera pueda ir preparando la materia poco a poco. También desde el principio de curso se mantendrá abierto en el aula virtual un foro de dudas.

Criterios de Calificación.

La evaluación es continua, es decir, que se lleva a cabo durante todas las etapas de aprendizaje del estudiante. Esta incluye la evaluación de tipo diagnóstica, formativa y sumativa. Se valora lo hecho a lo largo del módulo mediante pruebas, actividades evaluables, trabajos, exposiciones, etc que faciliten la asimilación y el desarrollo progresivo de los contenidos de la materia y de las competencias que se deben alcanzar. De esta forma, la evaluación se convierte en continua o progresiva, y el profesor puede realizar un mayor y mejor seguimiento del progreso en el aprendizaje del estudiante.

Si todas las unidades de trabajo hubieran sido superadas se aplicará la media ponderada que corresponda a dichas evaluaciones. En caso contrario, es decir si hubiera alguna unidad no superada de cualquier

evaluación se procederá de la siguiente forma:

A.- Se le calificará por la nota media si esta es inferior a 5.

B.- En caso de que la media sea superior a 5 y no tener superada alguna unidad de trabajo, se le calificará con la nota máxima de un 4.

Siempre se redondeará a la unidad más próxima.

Importante resaltar que para un alumno/a pueda ser evaluado tiene que haber asistido al menos al 80% de las horas de clase. Esto viene recogido en la resolución de la dirección general de formación profesional y educación de adultos, por la que se dictan instrucciones para la organización y funcionamiento de la oferta de formación profesional semipresencial en la comunidad autónoma de canarias, a partir del curso 2020-2021.

En caso de que las clases se establezcan 100% a distancia, la asistencia a las tutorías obligatorias serán igualmente obligatorias a través de la plataforma que se establezca, a menos que la Consejería de Educación indique lo contrario. Los días y las horas serán las mismas de las establecidas en el calendario del centro.

• **ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN.**

La norma básica del módulo es que para poder superar una unidad didáctica se tiene que haber superado todas y cada una de las actividades de evaluación relacionadas. En cada una de las actividades de evaluación se les entregará una descripción de la actividad a los alumnos, excepto en las prueba escritas. En las descripciones de las actividades vendrán las confirmaciones de las fechas de entrega. No se aceptarán entregas fuera de plazo. Se pondrá una segunda fecha alternativa. En este caso la nota máxima que se puede obtener en las actividades será un 70% de su calificación máxima.

En las pruebas escritas se evaluará que los alumnos/as demuestren el haber alcanzado los resultados de aprendizaje. Se motiva a los alumnos/as a argumentar sus respuestas. Además, se tendrá muy en cuenta la capacidad de comunicación escrita y la precisión gramatical.

En las entregas de los ejercicios se evaluará la capacidad de síntesis, la presentación y la utilidad de los mismos para superar la unidad didáctica. Los mismos deberán ser entregados en el campus virtual. Estas actividades podrán ser coevaluadas entre el alumnado a criterio del docente.

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

UNIDADES DE TRABAJO	Nº horas
U.T. 0.- Introducción al módulo	
U.T. 1.- Atención comercial en la empresa	2
U.T. 2 La comunicación en la empresa, información y comunicación	2
U.T. 3. Técnicas de organización y archivo de documentación.	3
U.T. 4.- La calidad en el servicio de atención comercial.	2
U.T. 5.- Realización de la tramitación de quejas y reclamaciones.	2
U.T. 6.- La protección del consumidor.	2
PRUEBA OBJETIVA FINAL	2

