DEPARTAMENTO DE COMERCIO Y MARKETING

Programación Didáctica de

SERVICIOS DE ATENCIÓN COMERCIAL

CURSO 2023/2024

ÍNDICE

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 LAS CUALIFICACIONES.**
   - **1.2. COMPETENCIA GENERAL DEL CICLO.**
   - **1.3. CONTRIBUCIÓN DEL ÁREA AL DESARROLLO DEL PROYECTO EDUCATIVO DEL CENTRO Y DE LA PGA.**
   - **1.4. SEGUIMIENTO, REVISIÓN Y AJUSTE DE LAS PROGRAMACIONES.**
   - **1.5. ACTUACIONES PREVISTAS SEGÚN LO CONTEMPLADO EN LA MEMORIA DEL CURSO ANTERIOR.**

2. **PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO.**
   - **2.0. ESCENARIOS A TENER EN CUENTA PARA EL PRESENTE CURSO ESCOLAR.**
   - **2.1. OBJETIVOS GENERALES DEL CICLO VINCULADOS AL MÓDULO,**
   - **2.2. COMPETENCIAS PERSONALES, PROFESIONALES Y SOCIALES VINCULADAS AL MÓDULO.**
   - **2.3. RESULTADOS DE APRENDIZAJE, CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y CONTENIDOS.**
   - **2.4. METODOLOGÍA.**
     - **2.4.1. METODOLOGÍA DEL MÓDULO.**
     - **2.4.2. AGRUPAMIENTOS.**
     - **2.4.3. ESPACIOS.**
     - **2.4.4. USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN (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 LAS UNIDADES DE TRABAJO.**

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 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*", …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".
- Patrimonio IES Mesa y López

Participamos y dinamizamos las siguientes Redes educativas:

Red 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 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: 84 horas

Curso: 2º

Especialidad del Profesorado: Procesos Comerciales. Cuerpo de Profesores de Ssecundaria

Módulo asociado a la unidad de competencia:

UC0241_2: Ejecutar las acciones de servicio de atención al cliente, consumidor y usuario.

1.4. SEGUIMIENTO, REVISIÓN Y AJUSTE DE LA PROGRAMACIÓN.

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, dificultades encontradas, adaptaciones de aula, adaptaciones curriculares, resultados académicos y propuestas de mejora

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.

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

Nada relevante que destacar.

1. PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO.

2.0. ESCENARIOS A TENER EN CUENTA PARA EL PRESENTE CURSO ESCOLAR.

La programación del presente módulo se desarrolla para un escenario presencial, salvo que por causas 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. En dicho caso la actividad será desarrollada a través de las plataformas digitales Google Classroom, Google Meet y Pincel 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 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 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, informando a través de Pincel Ekade.

2.0. ESCENARIOS A TENER EN CUENTA PARA EL PRESENTE CURSO ESCOLAR.

La programación del presente módulo se desarrolla para un escenario presencial, salvo que por causas 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. En dicho caso la actividad será desarrollada a través de las plataformas digitales Google Classroom, Google Meet y Pincel 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 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 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, informando a través de Pincel Ekade.

2.1. OBJETIVOS GENERALES DEL CICLO VINCULADOS AL MÓDULO.

Son los señalados en la normativa pertinente.

1.2 COMPETENCIA GENERAL DEL CICLO.

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.

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:

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.

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

i) 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.

j) 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.

k) 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.

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

m) 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.

n) 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.

o) Comunicarse eficazmente, respetando la autonomía y competencia de las distintas personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.

p) 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.

q) **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.**

r) Realizar la gestión básica para la creación y funcionamiento de una pequeña empresa y tener iniciativa en su actividad profesional.

s) 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 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 Programación General Anual (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 conocimiento 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 trasversal 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 todo el alumnado, independientemente de sus habilidades, preferencias de aprendizaje o intereses, con el objetivo de atender a todo el alumnado.

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, 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, de tratamiento de imágenes, de diseño en 2D y 3D, otras herramientas de diseño gratuitas, y herramientas novedosas, 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 se les acerca a diversas entidades del entorno, realizando visitas a empresas industriales de Canarias como Tirma SA, Kalise, SA, e Hiperdino, buque insignia de DinoSol Supermercados, cadena líder en el sector de la alimentación en el Archipiélago y la única regional 100 % así como a su centro logístico de Telde, e igualmente, se visitarán otras empresas canarias.

Se realizan visitas a distintos Centros Comerciales de la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria, concretamente, al Centro Comercial Las Arenas y Centro Comercial Los Alisios, así como, al entorno comercial más cercano al centro educativo, dada su trascendencia, ya que el alumnado, de nuestro centro educativo, realiza la Formación en centros de trabajo en empresas situadas en dichos centros comerciales y en el entorno del centro educativo. Asimismo, se realizarán visitas a otras zonas comerciales, ferias, muestras, exposiciones, charlas que organicen las empresas u otros organismos que sean de interés para la formación del alumnado.

Asimismo, se organizarán visitas al Centro Logístico de Mercadona, al Centro de Emprendedores situado en el Sebadal,, así como, a entidades financieras y de seguros.

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, entre otras: Ayuntamiento, Oficina de Información al Consumidor (OMIC), sede del Gobierno de Canarias, Seguridad Social, Hacienda Estatal y Hacienda Autonómica, Cámara de Comercio y Cabildo Insular de Gran 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, dificultades encontradas, adaptaciones de aula, adaptaciones curriculares, resultados académicos y propuestas de mejora

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.

1.5 Actuaciones previstas según lo contemplado en la memoria curso anterior

Nada relevante que destacar

2. PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO

2..1. Objetivos Generales del Ciclo vinculados al Módulo

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.

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.

c) Analizar operaciones de compraventa y de cobro y pago, utilizando medios convencionales o electrónicos para administrar y gestionar un pequeño establecimiento comercial.

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.

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.

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.

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.

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.

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.

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.

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.

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

m) 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.

n) 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.

ñ) 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.

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.

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.

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.

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.

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.

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.

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.

v) Analizar y aplicar las técnicas necesarias para dar respuesta a la accesibilidad universal y al "diseño para todos".

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.

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.

y) 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.

2.3 RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

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.	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.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
	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
2. Utiliza técnicas de comunicación en situaciones de atención al cliente/consumidor/usuario, proporcionando la información solicitada.	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.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
	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
3. Organiza la información relativa a la relación con los clientes, aplicando técnicas de organización y archivo tanto manuales como informáticos.	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.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
	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
4. Identifica los organismos e instituciones de protección y defensa del consumidor y usuario, analizando las competencias de cada uno de ellos.	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
5. Realiza trámites de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor, aplicando técnicas de comunicación y negociación para su resolución.	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
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.	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).

CONTENIDOS Y TEMPORALIZACIÓN:

1.- DESARROLLO DE ACTIVIDADES DE ATENCIÓN/INFORMACIÓN AL CLIENTE.	
CONCEPTUALES	- 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 *contact centers*. Funciones que desarrollan en la relación con la clientela. Tipología. Servicios que prestan a las empresas.
PROCEDIMENTALES	- 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 *Marketing*, 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 *contact centers* y los servicios que prestan a las empresas u organizaciones.
ACTITUDINALES	- 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.- UTILIZACIÓN DE TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN EN SITUACIONES DE ATENCIÓN AL CLIENTE.	
CONCEPTUALES	- 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. - El 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 (*chat* y videoconferencia) y comunicación diferida (foros)...
PROCEDIMENTALES	- 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, utilizando la escucha activa y prestando especial atención a la comunicación no verbal. - 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.
ACTITUDINALES	- 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.- ORGANIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN RELATIVA A LA RELACIÓN CON LA CLIENTELA.	
CONCEPTUALES	- 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.
PROCEDIMENTALES	- 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.
ACTITUDINALES	- 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. - Compromiso y cumplimiento de los plazos establecidos en la ejecución de una tarea.

4.- IDENTIFICACIÓN DE LOS ORGANISMOS E INSTITUCIONES DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR/A Y USUARIO/A.	
CONCEPTUALES	- 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.
PROCEDIMENTALES	- 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.
ACTITUDINALES	- 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.	
CONCEPTUALES	- 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.
PROCEDIMENTALES	- 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. - 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.
ACTITUDINALES	- 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.- COLABORACIÓN EN LA EJECUCIÓN DEL PLAN DE CALIDAD Y MEJORA DEL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE/CONSUMIDOR/USUARIO.	
CONCEPTUALES	- Incidencias, anomalías y retrasos en el proceso de atención/información al cliente y en la resolución de quejas y reclamaciones. - Tratamiento de las anomalías. - 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.
PROCEDIMENTALES	- 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).
ACTITUDINALES	- 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	2
U.T. 1.- La atención al cliente en las empresas y organizaciones. Tipos y funciones.	14
U.T. 2 La comunicación en la empresa, información y comunicación	12
U.T. 3. Técnicas de organización y archivo de documentación.	14
U.T. 4.- Identificación de los organismos e instituciones de protección y defensa del consumidor/a y usuario/a.	14
U.T. 5.- - 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.	14
U.T. 6.- Colaboración en la ejecución del plan de calidad y mejora del servicio de atención al cliente/consumidor/usuario.	14
TOTAL, HORAS:	84

2.4. LA METODOLOGÍA

a) Metodología de módulo.

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 implicación: proporcionando opciones que permitan captar el interés, mantener el esfuerzo y la persistencia y para la autorregulación logrando que el alumnado desarrolle la capacidad interna para reconocer las emociones, controlar los estados de ánimo y las reacciones ante diferentes situaciones, como personas y en los procesos de aprendizaje.
- Proporcionar múltiples formas de presentación: videos, imágenes, gráficos, lecturas, debates, discusiones en grupo etc.
- Proporcionar múltiples formas de acción y expresión: escritura, dibujo, habla, presentación oral, teatro, música, etc.

La **metodología de trabajo** a aplicar estará orientada promover en el alumnado.
Su participación en los procesos de enseñanza y aprendizaje, de forma que mediante la metodología **activ**ase desarrolle su capacidad de autonomía y responsabilidad personales, de creciente importancia en el mundo profesional.

Un enfoque metodológico activo que debe evitar la presentación de soluciones únicas y exclusivas a los problemas o situaciones planteados, que quitan al alumnado la posibilidad del descubrimiento propio, Por el contrario, se debe fomentar que los alumnos/as participen en la propuesta de actividades que se programen para trabajar los distintos contenidos, que deben ser desarrollados, a ser posible, desde lo concreto a lo abstracto. De esta forma se contribuye a que, cuando se integran profesionalmente, sepan intervenir activamente en procesos de decisión compartida de forma creativa y positiva, desarrollando un espíritu crítico constructivo y aportando soluciones alternativas.

Construcción de su propio aprendizaje y descubrir su capacidad potencial en relación con las ocupaciones implicadas en el perfil profesional correspondiente, reforzando y motivando la adquisición de nuevos hábitos de trabajo.

c) Agrupamiento.

El desarrollo de la capacidad para trabajar en equipo, por medio de actividades de aprendizaje realizadas en grupo, de forma que cuando en el ámbito profesional se integren en equipos de trabajo puedan mantener relaciones fluidas con sus miembros, colaborando en la consecución de los objetivos asignados al grupo, respetando el trabajo de los demás, participando activamente en la organización y desarrollo de tareas colectivas, cooperando en la superación de las dificultades que se presenten con una actitud tolerante hacia las ideas de los compañeros, y respetando las normas y métodos establecidos.

c) Espacio.

Los espacios y equipamientos que deben reunir los centros de formación profesional, para permitir el desarrollo de las actividades de enseñanza, son los establecidos, en el Anexo 4 de esta orden y deberán cumplir lo establecido en el Real Decreto

d) Recursos

Mobiliario de aula

- Cañón de proyección (exposición informática).
- Pizarra y pizarra electrónica.
- Mínimo de 19 ordenadores Pentium con una capacidad mínima de 4 Gb. y 64 Mb memoria RAM con conexión a internet para elalumnado.
- Ordenador Pentium con características similares o superiores a los anteriores para el profesorado integrado en la red y con conexión a internet.
- Programa informáticos libres.
- Impresora
- Armario para guardar el materialnecesario.
- Taladradora.
- Varias grapadoras
- Archivadores

- Rotuladores, folios…

- Pen drive para la entrega detrabajos.

- Material bibliográfico, revistas,etc.

2.4.4. USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA COMUNICACIÓN Y LA INFORMACIÓN (TICs).

Debemos tener en cuenta que el sistema educativo está íntimamente relacionado con la realidad social y ambas se encuentran en un proceso de cambio continuo, por lo que se hace necesario implantar en nuestro sistema de enseñanza-aprendizaje el uso diligente de medios informáticos y audiovisuales. Por tanto, se utilizarán las TIC's como herramienta indispensable en el aula, haciendo que, en la mayoría de las ocasiones los contenidos que se van a impartir sean mucho más accesibles y atractivos que si se presentan únicamente en formato tradicional. Gracias a este tipo de herramientas los estudiantes adquirirán las estrategias necesarias para aprender a enfrentarse a una sociedad en la que, indiscutiblemente, las nuevas tecnologías están teniendo una mayor relevancia. Para el desarrollo de las clases lectivas independientemente de la modalidad y/o escenario ante el que nos encontremos vamos a emplear la plataforma Workspace 3.0 (antes G-Suite) y, utilizar las herramientas de las que dispone la misma como el Aula virtual Google Classroom, Google Meet (para las videoconferencias) y, otras herramientas de la plataforma desarrolladas anteriormente. Sin embargo, para el desarrollo de actividades se emplearán distintas aplicaciones informáticas tales como: kahoot, genially, mentimeter, survey monkey, viva video, plickers, tricider, youtube, canva, paint, bookcreator, gimp,, wordpress, wix inkscape, sketchup, etc. Es decir, se utilizarán diferentes aplicaciones informáticas de diseño, gestión, gamificación, cuestionarios, formularios y encuestas etc y, otras que el/la docente considere adecuadas y pertinentes para desarrollar los contenidos del módulo.

Para el logro de los objetivos previstos se propondrán actividades y tareas que induzcan a la investigación, a la búsqueda y manejo de la información mediante el uso de las TIC y otro material de referencia, a la toma de decisiones, a obtener conclusiones/resultados, así como a su posterior valoración crítica, a fin de que se desarrolle la capacidad de comprensión e interpretación de la información utilizada.

Se fomentará la utilización de las TIC desde una perspectiva crítica, valorando sus potencialidades y reconociendo sus limitaciones en el ámbito comercial y personal.

El docente actúa como el dinamizador del grupo clase y del proceso de enseñanza, aprendizaje y evaluación. Sin olvidarnos del desarrollo metodológico clásico, cuando sea preciso, que supone la breve exposición de los objetivos y contenidos clave del tema, empleando medios audiovisuales y partiendo de los saberes previos de los alumnos y las alumnas. Estos conocimientos previos, obviamente, pueden dar lugar a la modificación de la programación para ajustarla a las necesidades del grupo-clase y a su ritmo de aprendizaje de los contenidos previstos. El docente actúa como el dinamizador del grupo clase y del proceso de enseñanza, aprendizaje y evaluación.

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

Estrategias para desarrollar la educación en valores.

La normativa educativa recoge la transversalidad y dicta: El proyecto educativo del centro recoge los valores, los fines y las prioridades de actuación, incorporará la concreción de los currículos establecidos por la Administración educativa, que corresponde fijar y aprobar al Claustro, e impulsará y desarrollará las principios, objetivos y metodología propios de un aprendizaje competencial orientado al ejercicio de una ciudadanía activa. Asimismo, incluirá un tratamiento transversal de la educación en valores, del desarrollo sostenible, de la igualdad entre mujeres y hombres, de la igualdad de trato y no discriminación y de la prevención de la violencia contra las niñas y las mujeres, del acoso y del ciberacoso escolar, así como la cultura de paz y los derechos humanos.

Desde el punto de vista de la educación en valores, la normativa establece que la formación profesional no solo comprende las acciones formativas que capacitan para el desempeño de las diversas profesiones y el acceso al empleo, sino que también contribuyen a la participación activa en la vida social y cultural además de la económica. Dispone que la formación profesional, en el sistema educativo tiene por finalidad preparar a los alumnos y las alumnas para la actividad en un campo profesional y facilitar su adaptación a las modificaciones laborales que pueden producirse a lo largo de su vida, así como contribuir a su desarrollo personal y al ejercicio de una ciudadanía democrática.

Competencias y contenidos de carácter transversal.

Todos los ciclos formativos de Formación Profesional Básica incluirán de forma transversal en el conjunto de módulos profesionales del ciclo los aspectos relativos al trabajo en equipo, a la prevención de riesgos laborales, al emprendimiento, a la actividad empresarial y a la orientación laboral de los alumnos y las alumnas, que tendrán como referente para su concreción las materias de la educación básica y las exigencias del perfil profesional del título y las de la realidad productiva y, por tanto, así se hará en el presente módulo de operaciones auxiliares de almacenaje

Además, se incluirán aspectos relativos a las competencias y los conocimientos relacionados con el respeto al medio ambiente y, de acuerdo con las recomendaciones de los organismos internacionales y lo establecido en la Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, con la promoción de la actividad física y la dieta saludable, acorde con la actividad que se desarrolle.

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. Concretamente:

- Sin perjuicio de su tratamiento específico en algunas de las asignaturas/módulos de cada etapa, se trabajarán la comprensión lectora, la expresión oral y escrita, la comunicación audiovisual, las Tecnologías de la información y la comunicación (TIC¨s), el emprendimiento y la educación cívica y constitucional.

- Se fomentará la calidad, equidad e inclusión educativa de las personas con discapacidad, la igualdad de oportunidades y no discriminación por razón de discapacidad, la igualdad de oportunidades y no discriminación por razón de discapacidad, medidas de flexibilización y alternativas metodológicas, adaptaciones curriculares, accesibilidad universal, diseño para toso, atención a la diversidad y todas aquellas medidas que sean necesarias para conseguir que el alumnado con la discapacidad pueda acceder a una educación educativa de calidad en igualdad de condiciones.
- Se fomentará la igualdad efectiva entre hombres y mujeres y la prevención de la violencia de género, y de los valores inherentes al principio de igualdad de trato y no discriminación por cualquier condición o circunstancia personal o social.

- Se fomentará el aprendizaje de la prevención y la resolución pacífica de conflictos en todos los ámbitos de la vida personal, familiar y social, así como de los valores que sustentan la libertad, la justicia, la igualdad, el pluralismo político, la paz, la democracia, el respeto a los derechos humanos y el rechazo a la violencia terrorista.

- Se incorporarán elementos curriculares orientados al desarrollo y afianzamiento del espíritu emprendedor y se fomentarán las medidas para que el alumnado participe en actividades que le permitan afianzar el espíritu emprendedor y la iniciativa empresarial a partir de aptitudes como la creatividad, la autonomía, la iniciativa, el trabajo en equipo, la confianza en uno mismo y el sentido crítico.

- Se adoptarán medidas para que la actividad física y la dieta equilibrada formen parte de la práctica diaria de los alumnos y alumnas, en los términos y condiciones que, siguiendo las recomendaciones de los organismos competentes, garanticen un desarrollo adecuado para favorecer una vida activa, saludable y autónoma.

- En el ámbito de la educación y la seguridad vial, se incorporarán elementos curriculares y se promoverán acciones para la mejora de la convivencia y la prevención de los accidentes de tráfico, con el fin de que el alumnado conozca sus derechos y deberes como usuario de las vías, en calidad de peatón, viajero y conductor de bicicletas, respete las normas y señales, y se favorezca la convivencia, la tolerancia, la prudencia, el auto control, el diálogo y la empatía con actuaciones adecuadas tendentes a evitar los accidentes de tráfico y sus secuelas.

  No obstante, 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 los consumidores

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 estas 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 estos. 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 diversidad constituye una realidad en los centros educativos que ha de ser atendida por todo el profesorado. La atención a la diversidad pretende, mediante la aplicación de diferentes medidas en el centro y en el aula, eliminar las barreras al aprendizaje, armonizando la respuesta a las necesidades educativas del alumnado, con la consecución de los objetivos de cada una de las etapas educativas. La adecuada respuesta educativa a todo el alumnado se concibe a partir del principio de inclusión, entendiendo que únicamente de ese modo se garantiza su desarrollo, se favorece la equidad y se contribuye a una mayor cohesión social. La atención a la diversidad es una necesidad que abarca a todas las etapas educativas y a todo el alumnado. Es decir, se trata de contemplar la diversidad del alumnado como principio y no como una disposición que corresponde a las necesidades de un grupo reducido de alumnado. De este modo, las medidas y acciones para la atención a las **Necesidades Específicas de Apoyo Educativo** deben ajustarse, entre otros, a los principios de normalización de servicios, de flexibilidad en la respuesta educativa, de prevención en las actuaciones desde edades más tempranas y de atención personalizada. En el ámbito autonómico los desarrollos normativos que regulan la ordenación y el currículo de las distintas etapas educativas, reconocen la atención a la diversidad como uno de los principios fundamentales en la intervención educativa.

El alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo es aquel que requiere una atención educativa diferente a la ordinaria

El plan de atención a la diversidad.

1. El plan de atención a la diversidad es el documento que contiene las medidas de intervención desarrolladas por los centros educativos, incluidas las previstas en la Orden de 7 de junio de 2007, y deberá formar parte del proyecto educativo del centro.
2. Este documento se actualizará anualmente para incorporar nuevas medidas de atención a la diversidad o modificar las existentes. En todo caso, la actualización deberá incluir las programaciones de todas las medidas que se planteen, así como la documentación relacionada en la resolución que dicte al efecto la Dirección General de Ordenación e Innovación Educativa.

La orden que regula las medidas de atención a la diversidad es la Orden de 7 de junio de 2007, por la que se regulan las medidas de atención a la diversidad en la enseñanza básica en la Comunidad Autónoma de Canarias, (BOC n.º 124, de 21 de junio de 2007).

Las adaptaciones curriculares para alumnado de Formación Profesional están recogidas en la Orden de 13 de diciembre de 2010, por la que se regula la atención al alumnado con necesidades de apoyo educativo en la Comunidad Autónoma de Canarias.

Según la norma anterior, en la Formación Profesional Específica, las adaptaciones no supondrán la desaparición de objetivos relacionados con las competencias profesionales necesarias para el logro de la competencia general a que se hace referencia en cada uno de los títulos, a tenor del artículo 20 del Decreto 19/1996 de 20 de junio por el que se establece la Ordenación General de las Enseñanzas de Formación Profesional Específica en la Comunidad Autónoma de Canarias.

Medidas generales de atención a la diversidad.

Se consideran medidas generales de atención a la diversidad las diferentes actuaciones de carácter ordinario que, definidas por el centro en su proyecto educativo, se orientan a la promoción del aprendizaje y del éxito escolar de todo el alumnado, así como las medidas a nivel de aula y de alumno que se pueden adoptar.

- **Medidas generales u ordinarias a nivel de aula.**

- Organización flexible de espacios, tiempos y recursos.
- Adecuación de programaciones didácticas.
- Metodologías que promuevan la inclusión.
- Diversificación de los procedimientos e instrumentos de evaluación.
- Actividades de refuerzo educativo.
- Actividades de profundización o ampliación.

- **Medidas generales a nivel de alumno.**

- Plan específico personalizado para el alumnado que no promociona de curso (alumnado repetidor).
- Programa de refuerzo para la recuperación de aprendizajes no adquiridos.

El Diseño Universal y la atención a la diversidad.

El Diseño Universal y la atención a la diversidad van indisolublemente unidos. El Diseño Universal proporciona una clave determinante para responder a la diversidad – derivada de las diferentes capacidades, preferencias para el aprendizaje, intereses, y motivaciones, culturas, lenguas, nivel socioeconómico, identidades sexuales o estructuras familiares- presentes en los contextos educativos. Y, el Diseñó Universal del Aprendizaje (DUA) da un marco para atender a la diversidad desde una visión inclusiva.

2.7. EVALUACIÓN.

A) CONCEPTO.

La evaluación es un componente básico en el proceso de enseñanza-aprendizaje. Es un conjunto de actividades programadas que facilita la recogida de información sobre la que profesorado y alumnado reflexionan y toman decisiones para mejorar las estrategias de enseñanza. En la formación profesional, el objetivo de la evaluación del proceso de aprendizaje del alumnado es conocer si ha alcanzado para cada módulo, los objetivos expresados en resultados de aprendizaje y los criterios de evaluación de los que están compuestos, así como los objetivos generales y competencias profesionales, personales y sociales, con la finalidad de valorar si dispones de la competencia profesional que acredita el Título.

La Formación Profesional en el sistema educativo contribuirá a que el alumnado consiga los resultados de aprendizaje que le permitan:

a) Desarrollar las competencias propias de cada título de formación profesional.

b) Comprender la organización y las características del sector productivo correspondiente, así como los mecanismos de inserción profesional.

c) Conocer la legislación laboral y los derechos y obligaciones que se derivan de las relaciones laborales.

d) Aprender por sí mismos y trabajar en equipo, así como formarse en la prevención de conflictos y en la resolución pacífica de los mismos en todos los ámbitos de la vida personal, familiar y social, con especial atención a la prevención de la violencia de género.

e) Fomentar la igualdad efectiva de oportunidades entre hombres y mujeres, así como de las personas con discapacidad, para acceder a una formación que permita todo tipo de opciones profesionales y el ejercicio de las mismas.

f) Trabajar en condiciones de seguridad y salud, así como prevenir los posibles riesgos derivados del trabajo.

g) Desarrollar una identidad profesional motivadora de futuros aprendizajes y adaptaciones a la evolución de los procesos productivos y al cambio social.

h) Afianzar el espíritu emprendedor para el desempeño de actividades e iniciativas empresariales.

i) Preparar al alumnado para su progresión en el sistema educativo.
j) Conocer y prevenir los riesgos medioambientales.

B) TIPOS DE EVALUACIÓN.

En líneas generales, distinguimos los siguientes tipos, los cuales se aplicarán según el momento del proceso de enseñanza aprendizaje:

• **Evaluación inicial**: Se realiza al inicio de cada una de las fases de aprendizaje unidades de trabajo con la finalidad de obtener información sobre los conocimientos previos de los alumnos para decidir el nivel en el que hay que desarrollar los contenidos.

• **Evaluación formativa:** Se realiza durante el desarrollo de todo el proceso de enseñanza-aprendizaje. Es una actividad sistemática y continua que tiene como objetivo que nos proporcione la información necesaria sobre todo el proceso educativo del alumno, para reajustar sus

objetivos, los métodos, los recursos, los programas. Tiene una función de diagnóstico en las fases iniciales y de orientación a lo largo de todo el proceso. Es un proceso de retroalimentación del proceso desarrollado por el profesorado que mejora el desarrollo individual o grupal del alumnado.

• **Evaluación continua**: Para observar todo el proceso de enseñanza aprendizaje del alumnado, y no centrarnos solo en la relación "evaluación = examen", sino tener presente otros aspectos de interés para la mejora del proceso educativo. Si bien es cierto que, debemos matizar que cada vez que haya que registrarse la calificación de cada trimestre, se hará una valoración global de todas las unidades impartidas hasta final de cada trimestre, debiendo haber superado todas las unidades de trabajo y, por tanto, alcanzado los resultados de aprendizaje. En caso contrario, es decir, si hubiera alguna unidad de trabajo no superada, se le calificará con un 4 hasta que supere la unidad suspendida.

• **Evaluación criterial:** Realizada a lo largo de todo el proceso de enseñanza- aprendizaje dónde se compara el progreso del alumnado en relación con los resultados de aprendizajes y sus correspondientes criterios de evaluación, programando diferentes tareas que ayudan a su consecución.

• **Evaluación final**: Se realiza al finalizar todo el proceso de enseñanza aprendizaje y el objetivo es conocer si el alumnado ha conseguido los resultados programados.

Según el agente de la evaluación puede haber distintas clases de evaluación:

HETEROEVALUACIÓN: Proceso de evaluación que realiza el o la docente respecto de los logros, procesos, conductas y rendimiento del alumnado y también que el alumno hace respecto de la práctica docente.

COEVALUACIÓN: Proceso de evaluación de un alumno o alumna a través de sus iguales y ofrece feedback.

AUTOEVALUACIÓN: Proceso de evaluación que desarrolla la reflexión individual y la capacidad del alumnado para identificar y valorar sus logros, fortalezas y limitaciones, funcionando asimismo como factor motivador del aprendizaje. Cada alumno evalúa su trabajo.

Y, también nos referimos a la evaluación del propio proceso de enseñanza aprendizaje como docentes, es decir:

Podemos diferencias dos tipos de autoevaluación del proceso de enseñanza- aprendizaje:

1. Autoevaluación de la práctica docente: en la cual, como docentes, evaluaremos nuestra práctica considerando aspectos como el grado de consecución de los objetivos propuestos, la adecuación de los contenidos a los objetivos o a la efectividad de la metodología propuesta**.**

2. Autoevaluación del alumnado de su proceso de aprendizaje. Durante el curso el alumno podrá valorar su propio proceso de aprendizaje.

Para la heteroevaluación, coevaluación y autoevaluación se utilizarán distintas técnicas con sus herramientas e instrumentos que se relacionan con detalle posteriormente. Para la autoevaluación, coevaluación y heteroevaluación se podrán utilizar aplicaciones informáticas como Survey Monkey, Mentimeter , Google form etc…

C) CARACTERÍSTICAS DE LA EVALUACIÓN.

Así pues, esta programación se construye con la perspectiva de que la evaluación tendrá las siguientes características:

- Continua, el alumnado tiene que asistir regularmente a clase y participar en las actividades del módulo para ser evaluado.
- Integradora, en el sentido de que integra la teoría con la práctica.
- Personalizada, ya que permite conocer la evolución del proceso de enseñanza-aprendizaje a cada alumno/a en cada momento.
- Compartida, ya que se requiere la participación activa del alumnado tanto durante el proceso como en la valoración del resultado de trabajo propio, de forma tal que se haga consciente lo que le separa, en su caso, de los objetivos propuestos. Para ello el alumno participará activamente en procesos de autoevaluación y coevaluación de las actividades realizadas y de la eficiencia obtenida.
- Retroalimentadora, en la medida en que proporcionará información útil para ajustar y mejorar las actividades, el diseño de esta propuesta en futuros cursos.

D) ESTRATEGIAS PARA RECOGER INFORMACIÓN SOBRE EL OBJETO DE LA EVALUACIÓN (¿Cómo vamos a evaluar?)

Para ello utilizamos diferentes técnicas como son:

• **Observación Sistemática directa o indirecta,** para la misma podemos usar las herramientas siguientes:

- Registro anecdótico.

- Registro descriptivo.

- Escalas de valoración.

- Listas de control.

- Diario de clase del profesorado.

- Rúbrica.

- Indicadores de aula.

Las mencionadas son los medios y recursos (soportes físicos) de los que se vale el profesorado para recoger, registrar y analizar evidencias de aprendizaje que facilita la respuesta a la pregunta de **¿Con qué vamos a evaluar?**

• **Encuestación:** para la cual utilizamos distintas herramientas como:

- Encuestas.

- Entrevistas.

- Formularios.

• **Anáilis de documentos, producciones y artefactos:**

Para lo cual utilizamos las siguientes herramientas:

- Rúbricas.
- Listas de cotejo.
- Escalas de valoración

En última instancia tendremos que responder a la pregunta **¿Qué vamos a evaluar?** vamos a evaluar los productos que son todo aquello que el alumnado realiza a lo largo del proceso de aprendizaje. Tienen un carácter competencial y son funcionales porque hacen observable lo aprendido y, lo hacemos con los Instrumentos de Evaluación.

Los Instrumentos de evaluación: son aquellos productos que se seleccionan para hacer evidente la adquisición de los aprendizajes descritos en los criterios de evaluación y el de sus respectivas competencias.

Los cuales pueden ser:

Escritos: carta, aviso, panfleto, folleto, instrucciones, narración. cuento, relato ... informes, noticia, anuncio, artículo, esquema, crítica sobre un libro, poema, letra de canción, guión, cuestionario, prueba escrita.

Presentados: ponencia, debate, obra de teatro, canción, concierto, pieza musical, informe oral. dramatización, performance, baile, exposición o presentación de productos, presentación de diapositivas, entrevista, prueba oral.

Tecnológicos: entrada en un blog, creación de un blog, aportaciones en una wiki, mail, Doc. de texto, formularios, contenidos creados con Apps, cómic, dibujo, póster, vídeo, documental, podcasts tutorial, archivo de voz, periódico digital, programa de radio, tienda virtual páginas web, realización de fotografía y retoque de las imágenes con Gimp y el dispositivo móvil, diseño en 2D (utilizando para ello el Inskaspe), aprender a hacer figuras sencillas con el programa de diseño en 3D Skechup, y, Genially ycualquier programa informático que se necesite durante el curso para desarrollar los contenidos y, favorecer el proceso de enseñanza aprendizaje para adaptarla al entorno profesional.

Otros: gráfico, línea de tiempo, dibujo, croquis, plano, mapa, cuadro, escultura, collage, álbum de fotos, maqueta, montaje, objeto tecnológico, infografía, plan de viaje, presupuesto, todos aquellos elementos de identidad visual y corporativa que complementen un plan de marketing de empresa (briefing, realizar logos, etc…), un sitio web, un blog, una tienda virtual etc…

La técnica de la observación diaria directa e indirecta: Esta forma de evaluación se llevará a cabo por el docente cada vez que los alumnos y alumnas realicen una actividad en clase: actividades, trabajos finales, ABP, maquetas, bocetos, diseños con aplicaciones informáticas, debates, trabajos grupales cooperativos etc. Gracias a esta técnica se evaluará el progreso individual y el trabajo grupal.

Exámenes: escritos, cuestionarios, supuestos prácticos, etc. Con el fin de comprobar que el alumnado ha adquirido los resultados de aprendizaje a través de pruebas teórico-prácticas. exposición oral, disertación oral, argumentaciones orales, etc…

Indicadores de aula: acerca de la asistencia y puntualidad, respeto al profesor y, a los compañeros y compañeras, participación, sentido crítico, etc. Este apartado engloba, de forma

más extensa, las siguientes actitudes socio-laborales: puntualidad, no solo cumpliendo con el horario, sino también con el cumplimiento de los plazos al realizar las tareas, responsabilidad y gusto por el trabajo bien hecho, orden y limpieza, uso de un comportamiento asertivo y, cualquier otro tipo de indicador que nos permita evaluar su actitud y valores.

E) CRITERIOS DE CALIFICACIÓN.

La calificación será numérica de 1 a 10 y se corresponderá con un 40% si se trata de pruebas teóricas sobre el contenido de la unidad de trabajo y un 60% si se trata de supuestos, actividades prácticas, exposiciones orales, proyectos etc, que se desarrollen a lo largo del proceso de enseñanza - aprendizaje Para aprobar el alumnado tendrá que tener un cinco (5) una vez realizadas las ponderaciones anteriores y sumas de las mismas, siempre, teniendo en cuenta, que se alcancen los distintos criterios de evaluación para considerar conseguidos los resultados de aprendizaje y, por tanto, los objetivos y competencias que forman parte del título.

2.8. PLANES DE RECUPERACIÓN.

Criterios de Recuperación

El alumnado que no haya superado alguna evaluación tendrá derecho a una recuperación. para ello tendrá que entregar al profesorado, en la fecha de la realización de la prueba escrita, las actividades realizadas en cada evaluación. Dicha entrega, será condición indispensable para poder realizar la misma. La valoración del examen junto con las actividades tendrá que alcanzar una puntuación de cinco puntos (5,) en función del porcentaje de calificación según sea una prueba objetiva o actividades prácticas, para considerar recuperada la evaluación.

Alumnado con pérdida de la evaluación continua.

El alumnado con pérdida de evaluación tendrá derecho a una prueba final, junto con la realización de unas actividades de recuperación que entregará al profesorado en la fecha indicada. La recuperación del alumnado con pérdida de evaluación continua, consistirá: 1. En la realización de una prueba escrita con los contenidos básicos. 2. Realización de un conjunto de actividades y/o trabajos correspondientes, que el profesorado, considere de cada unidad de trabajo, los cuales, deberán ser entregados en la fecha de realización de la prueba escrita, dicha entrega será condición indispensable para poder realizar la misma. Si con las distintas pruebas, atendiendo al porcentaje de calificación de cada una, no se alcanza un mínimo de 5 puntos (5) se considerará el módulo como no superado.

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

En la impartición de las distintas unidades de trabajo para desarrollar sus contenidos se comenzará con la presentación del tema, seguidamente, se desarrollarán distintos tipos de actividades, entre ellas, actividades de conocimientos previos, de conocimiento, de desarrollo, de refuerzo y ampliación y actividades finales. Una vez realizadas las actividades anteriores por parte del profesorado y del alumnado, teniendo en cuenta los objetivos propuestos, el tiempo en el que se van a realizar, aplicando la metodología adecuada (es decir, cómo se va a hacer y para qué) haciendo uso de los distintos recursos tecnológicos y digitales se procederá a la realización de la actividad de evaluación de las

distintas actividades del proceso de enseñanza – aprendizaje para cuya evaluación se utilizarán los criterios de calificación y ponderación de las actividades de evaluación, expuestos anteriormente, teniendo en cuenta que hayan conseguido los criterios de evaluación que determinen el alcance de los resultados de aprendizaje, y en definitiva, los objetivos y competencias propias del módulo y por ende del ciclo.

Las actividades, en términos generales, tendrán que estar relacionadas con el entorno del centro educativo y, con la realidad del entorno profesional, propia del título correspondiente. Para la realización de las mismas predominarán las metodologías activas, usando de forma prioritaria el trabajo en equipo, dado que el objetivo último de la formación profesional es alcanzar la inserción laboral del alumnado, utilizando la metodología tradicional e igualmente haciendo uso de otros agrupamientos en los casos que se requiera aprovechando los distintos recursos tecnológicos y didácticos según la actividad a realizar.

A continuación, se desarrolla la secuenciación y temporalización de las unidades de trabajo del módulo de Marketing digital, relacionándose cada unidad de trabajo con sus resultados de aprendizaje:

<table>
<tr><td colspan="2">UNIDAD DE TRABAJO Nº 1 “DESARROLLAR ACTIVIDADES DE ATENCIÓN/INFORMACIÓN AL CLIENTE.”

Duración estimada: 13 sesiones</td></tr>
<tr><td>Contenidos</td><td>Actividades de enseñanza-aprendizaje-evaluación</td></tr>
<tr><td><u>Contenidos organizadores</u>

Contenidos procedimentales:

Identifica las funciones del departamento de atención al cliente de distintos tipos de empresas y organizaciones.

Identifica diferentes tipos de organización del departamento de atención al cliente según características de la empresa u organización.

Define las relaciones del departamento de atención al cliente con el de marketing, el de ventas y otros departamentos de la empresa.

Confecciona organigramas de empresas comerciales, teniendo en cuenta su tamaño, estructura y actividad.</td><td>Actividad 1.

Identificación y análisis de los consumidores/clientes/ usuarios y consumidoras/clientas/ usuarias..

Duración: 5 sesiones

Actividad 2.

Identifica diferentes tipos de organización del departamento de atención al cliente según características de la empresa u organización.

Duración: 3 sesiones

Actividad 3.</td></tr>
</table>

Contenidos actitudinales: Rigor en la cumplimentación de documentos. Reconocimiento de las necesidades del servicio de atención al cliente. Participa activamente en identificar los objetivos y aspectos del plan de trabajo propuesto. Valora críticamente el plan de trabajo propuesto, haciendo aportaciones de mejora al mismo. **<u>Contenidos soporte (conceptuales)</u>:** **C**onceptos básicos en la atención al cliente en las empresas y organizaciones. Gestión de las relaciones con clientes. 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 contact centers. Funciones que desarrollan en la relación con los clientes. Tipología. Servicios que prestan a las empresas.	Define las relaciones del departamento de atención al cliente con el de marketing, el de ventas y otros departamentos de la empresa. Duración: 3 sesiones. **Actividad 4.** Confecciona organigramas de empresas comerciales, teniendo en cuenta su tamaño, estructura y actividad. Duración: 2 sesiones.

UNIDAD DE TRABAJO Nº 2“UTILIZAR TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN EN SITUACIONES DE ATENCIÓN AL CLIENTE CONSUMIDOR USUARIO.” **Duración estimada: 20 sesiones**	
Contenidos	**Actividades de enseñanza-aprendizaje-evaluación**

Contenidos organizadores **Contenidos procedimentales:** Describe el proceso de comunicación, los elementos que intervienen y las barreras y dificultades que pueden surgir en el mismo. Identifica los canales de comunicación, interna y externa, de las empresas y organizaciones. Describe fases del proceso de información al cliente y las técnicas utilizadas en los diferentes canales de comunicación. Solicita la información requerida por el cliente al departamento u organismo competente, a través de distintos canales de comunicación. Facilita información a supuestos clientes, utilizando la escucha activa y prestando especial atención a la comunicación no verbal. Mantiene conversaciones telefónicas para informar a supuestos clientes, utilizando actitudes, normas de protocolo y técnicas adecuadas. Redacta de respuesta a solicitudes de información en situaciones de atención al cliente, aplicando las técnicas adecuadas. Utiliza el correo electrónico y la mensajería instantánea para contestar a las consultas de clientes, respetando las normas de protocolo y adoptando una actitud adecuada. **Contenidos actitudinales:** Planifica y organiza las actividades con iniciativa y responsabilidad	**Actividad 1.** Introducción a la Unidad de Trabajo y visión global del objetivo de la misma, con identificación del procedimiento a seguir para su desarrollo. A partir de identificar los conocimientos previos de los alumnos respecto de la UT y de, a partir de ello fijar algunos conceptos básicos, el profesor explica el procedimiento a seguir para el desarrollo de la unidad, aclarando las dudas que se presenten. Actividad de exposición que no requiere recogida de información para la evaluación. Duración: 1 sesión **Actividad 2.** Utilización de técnicas de comunicación en situaciones de información y asesoramiento al cliente o clienta y en la gestión de quejas y reclamaciones. Duración: 4 sesiones **Actividad 3.** Solicita la información requerida por el cliente al departamento u organismo competente, a través de distintos canales de comunicación. Duración: 4 sesiones **Actividad 4.** Utilizar el teléfono para mantener conversaciones con supuestos clientes, utilizando actitudes, normas de protocolo y técnicas adecuadas.

Participa activamente en identificar los objetivos y aspectos del plan de trabajo propuesto. Valora críticamente el plan de trabajo propuesto, haciendo aportaciones de mejora al mismo. Identifica y acepta los criterios y métodos de evaluación programados. **<u>Contenidos soporte (conceptuales)</u>:** **C**onceptos básicos en la comunicación en la empresa. Información y comunicación. El proceso de comunicación. Tipos de comunicación. Técnicas de comunicación en situaciones de información al cliente. La empatía. El asertividad. La comunicación oral. La comunicación telefónica. La comunicación no verbal. 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 (chat y videoconferencia) y comunicación diferida (foros).	Duración: 6 sesiones **Actividad 5.** Utiliza el correo electrónico y la mensajería instantánea para contestar a las consultas de clientes, respetando las normas de protocolo y adoptando una actitud adecuada. Duración: 2 sesiones **Actividad 6.** Redacta de respuesta a solicitudes de información en situaciones de atención al cliente, aplicando las técnicas adecuadas. Duración: 3 sesiones

UNIDAD DE TRABAJO Nº 3 "APLICAR TÉCNICAS DE ORGANIZACIÓN Y ARCHIVO EN LA ORGANIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN DE LOS CLIENTES."

Duración estimada: 20 sesiones

Contenidos	Actividades de enseñanza-aprendizaje-evaluación
Contenidos organizadores **Contenidos procedimentales:** Describe las técnicas de organización y archivo de la información, tanto manual como informática. Describe técnicas más habituales de catalogación y archivo de documentación, analizando sus ventajas e inconvenientes Clasifica distintos tipos de documentación en materia de atención al cliente /consumidor /usuario. Elabora, actualiza y consulta bases de datos con la información relativa a los clientes. Maneja herramientas de gestión de las relaciones con los clientes (CRM), de acuerdo con las especificaciones recibidas. Registra la información relativa a las consultas o solicitudes de los clientes en la herramienta de gestión de las relaciones con clientes. Aplica métodos para garantizar la integridad de la información y la protección de datos, de acuerdo con la normativa vigente. **Contenidos actitudinales:** Participa activamente en identificar los objetivos y aspectos del plan de trabajo propuesto.	**Actividad 1.** Introducción a la Unidad de Trabajo y visión global del objetivo de la misma, con identificación del procedimiento a seguir para su desarrollo. A partir de identificar los conocimientos previos de los alumnos respecto de la UT y de, a partir de ello fijar algunos conceptos básicos. Duración: 3 sesiones **Actividad 2.** Organización, tratamiento y archivo de bases de datos documentales y de clientes y clientas. Duración: 3 sesiones **Actividad 2.** Utilizar las técnicas más habituales de catalogación y archivo de documentación, analizando sus ventajas e inconvenientes Clasifica distintos tipos de documentación en materia de atención al cliente /consumidor /usuario.

Valora críticamente el plan de trabajo propuesto, haciendo aportaciones de mejora al mismo. Identifica y acepta los criterios y métodos de evaluación programados. Planifica y organiza las actividades con iniciativa y responsabilidad **<u>Contenidos soporte (conceptuales)</u>:** Conceptos básicos en 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. Las bases de datos. Bases de datos documentales. Herramientas de gestión de las relaciones con clientes (CRM).Manejo de bases de datos de clientes. Transmisión de información en la empresa. Elaboración de informes. Normativa legal en materia de protección de datos.	

UNIDAD DE TRABAJO Nº 4 "ÓRGANOS E INSTITUCIONES DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR Y USUARIO" **Duración estimada: 10 sesiones**	
Contenidos	**Actividades de enseñanza-aprendizaje-evaluación**
<u>Contenidos organizadores</u> **Contenidos procedimentales:**	**Actividad 1.** Introducción a la Unidad de Trabajo y visión global del objetivo de la misma, con identificación del procedimiento a seguir para su desarrollo.

Define el concepto del consumidor y usuario, diferenciando los consumidores finales y los industriales. Identifica la normativa nacional, autonómica y local que regula los derechos del consumidor y usuario. Identifica las instituciones y organismos, públicos y privados, de protección al consumidor y usuario, describiendo sus competencias. Interpreta la normativa aplicable a la gestión de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor/usuario en materia de consumo. Describe fuentes de información que facilitan información fiable en materia de consumo. **Contenidos actitudinales:** Participa activamente en identificar los objetivos y aspectos del plan de trabajo propuesto. Planifica y organiza las actividades con iniciativa y responsabilidad Valora críticamente el plan de trabajo propuesto, haciendo aportaciones de mejora al mismo. Identifica y acepta los criterios y métodos de evaluación programados. **<u>Contenidos soporte (conceptuales)</u>:** Concepto de “consumidor” o “consumidora” y “usuario” o “usuaria”. Consumidores o consumidoras, y usuarios o usuarias finales e industriales. Derechos del consumidor o consumidora.	A partir de identificar los conocimientos previos de los alumnos respecto de la UT y de, a partir de ello fijar algunos conceptos básicos. **Actividad 2.** Trabajo sobre las instituciones y organismos, públicos y privados, de protección al consumidor y usuario, describiendo sus competencias. **Actividad 3.** Interpreta la normativa aplicable a la gestión de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor/usuario en materia de consumo. ➢

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.	

UNIDAD DE TRABAJO Nº 5 "TRAMITAR LAS QUEJAS Y RECLAMACIONES DEL CLIENTE/CONSUMIDOR." **Duración estimada: 10 sesiones**	
Contenidos	**Actividades de enseñanza-aprendizaje-evaluación**
<u>Contenidos organizadores</u> **Contenidos procedimentales:** Identifica los tipos de consultas, quejas, reclamaciones y denuncias más habituales en materia de consumo. Describe el procedimiento que hay que seguir, así como las fases, la forma y los plazos del proceso de tramitación de las reclamaciones del cliente. Informa al cliente de sus derechos y los posibles mecanismos de solución de la reclamación, de acuerdo con la normativa vigente. Cumple con la documentación necesaria para cursar la reclamación hacia el departamento u organismo competente. Aplica técnicas de comunicación en la atención de las quejas y reclamaciones, utilizando la escucha activa, la empatía y la asertividad.	**Actividad 1.** Introducción a la Unidad de Trabajo y visión global del objetivo de la misma, con identificación del procedimiento a seguir para su desarrollo. A partir de identificar los conocimientos previos de los alumnos respecto de la UT y de, a partir de ello fijar algunos conceptos básicos, el profesor explica el procedimiento a seguir para el desarrollo de la unidad, aclarando las dudas que se presenten. **Actividad 2.** Describe el procedimiento que hay que seguir, así como las fases, la forma y los plazos del proceso de tramitación de las reclamaciones del cliente. **Actividad 3.**

Utiliza técnicas de negociación y actitudes que faciliten el acuerdo para resolver las reclamaciones del cliente. Identifica y cumplimenta los documentos relativos a la tramitación de las quejas, reclamaciones y denuncias. Informa al reclamante de la situación y del resultado de la queja o reclamación, de forma oral y/o escrita, y/o por medios electrónicos. **Contenidos actitudinales:** Planifica y organiza las actividades con iniciativa y responsabilidad Participa activamente en identificar los objetivos y aspectos del plan de trabajo propuesto. Valora críticamente el plan de trabajo propuesto, haciendo aportaciones de mejora al mismo. Identifica y acepta los criterios y métodos de evaluación programados. **<u>Contenidos soporte (conceptuales)</u>:** Conceptos básicos en los 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 ante las quejas y reclamaciones. La escucha activa. La empatía. La asertivida La negociación en	Cumplimentar la documentación necesaria para cursar la reclamación hacia el departamento u organismo competente. **Actividad 4** Utilizar técnicas de comunicación en la atención de las quejas y reclamaciones, utilizando la escucha activa, la empatía y la asertividad. ➢

la resolución de quejas y reclamaciones. El plan de negociación. Fases: preparación y estrategia, desarrollo y acuerdo. Técnicas de negociación en las reclamaciones..	

UNIDAD DE TRABAJO Nº 6 "PLAN DE CALIDAD Y MEJORA DEL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE." **Duración estimada: 8 sesiones**	
Contenidos	**Actividades de enseñanza-aprendizaje-evaluación**
<u>Contenidos organizadores</u> **Contenidos procedimentales:** Identifica los métodos aplicables para evaluar la eficacia del servicio de atención/información al cliente. Realiza seguimiento del proceso de tramitación de las quejas y reclamaciones, evaluando la forma y los plazos de resolución. Identifica las principales incidencias y retrasos en el servicio de atención al cliente y en la resolución de quejas y reclamaciones. Describe las principales medidas aplicables para solucionar las anomalías detectadas y mejorar la calidad del servicio. Aplica técnicas para medir el nivel de satisfacción del cliente y la eficacia del servicio prestado.	**Actividad 1.** Introducción a la Unidad de Trabajo y visión global del objetivo de la misma, con identificación del procedimiento a seguir para su desarrollo. A partir de identificar los conocimientos previos de los alumnos respecto de la UT y de, a partir de ello fijar algunos conceptos básicos, el profesor explica el procedimiento a seguir para el desarrollo de la unidad, aclarando las dudas que se presenten. Duración: 1 sesión **Actividad 2.** Evaluar los métodos aplicables para la eficacia del servicio de atención/información al cliente. **Actividad 3.** Utilizar técnicas para medir el nivel de satisfacción del cliente y la eficacia del servicio prestado.

Redacta informes con los resultados y conclusiones de la evaluación de la calidad, utilizando herramientas informáticas. Aplica las acciones establecidas en el plan de mejora de la calidad del servicio, utilizando aplicaciones informáticas. Desarrolla 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). **Contenidos actitudinales:** Participa activamente en identificar los objetivos y aspectos del plan de trabajo propuesto. Valora críticamente el plan de trabajo propuesto, haciendo aportaciones de mejora al mismo. Identifica y acepta los criterios y métodos de evaluación programados. Planifica y organiza las actividades con iniciativa y responsabilidad Rigor en la cumplimentación de documentos. Participa activamente en identificar los objetivos y aspectos del plan de trabajo propuesto. **<u>Contenidos soporte (conceptuales)</u>:** Conceptos básicos en las Incidencias, anomalías y retrasos en el proceso de atención/información al cliente y en la resolución de quejas y reclamaciones. Tratamiento de las anomalías. Procedimientos de evaluación y control del servicio de atención al cliente. Normativa	➢

aplicable en la atención al cliente. Estrategias y técnicas de fidelización de clientes. Programas de fidelización de clientes.	

c) Uso de lasTICs

Para el logro de los objetivos previstos se propondrán actividades y tareas que induzcan a la investigación, a la búsqueda y manejo de la información mediante el **uso de las TIC** y otro material de referencia, a la toma de decisiones, a obtener conclusiones/resultados, así como a su posterior valoración crítica, a fin de que se desarrolle la capacidad de comprensión e interpretación de la información utilizada.

Se fomentará la utilización de las TIC desde una perspectiva crítica, valorando sus potencialidades y reconociendo sus limitaciones en el ámbito comercial y personal.

El docente actúa como el dinamizador del grupo clase y del proceso de enseñanza, aprendizaje y evaluación.

Sin olvidarnos del desarrollo metodológico clásico, cuando sea preciso, que supone la breve exposición de los objetivos y contenidos clave del tema, empleando medios audiovisuales y partiendo de los saberes previos de los alumnos y las alumnas. Estos conocimientos previos, obviamente, pueden dar lugar a la modificación de la programación para ajustarla a las necesidades del grupo-clase y a su ritmo de aprendizaje de los contenidos previstos.

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.

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.

La evaluación será continua, tal y como se establece en la normativa aplicable a la Formación Profesional. Ello supone que se evaluará todo el proceso de enseñanza-aprendizaje, además del logro de las capacidades/objetivos/resultados de aprendizaje establecidos para el módulo.

En base a ello todas las actividades desarrolladas serán objeto de evaluación, no planteándose, en principio, actividades exclusivamente de evaluación, siendo pues que todas las actividades lo serán de enseñanza, aprendizaje y evaluación.

Así pues, esta programación se construye con la perspectiva de que la evaluación será continua, integradora, personalizada, compartida y retroalimentadora.

> **Integral**, ya que no evalúa sólo contenidos conceptuales, sino también y **sobre todo** las habilidades y destrezas procedimentales y las actitudes adquiridas/demostradas.
>
> **Continua** y **personalizada**, ya que permite conocer la evolución del proceso de enseñanza-aprendizaje a cada alumno en cada momento.
>
> **Compartida**, ya que se requiere la participación activa del alumnado tanto durante el proceso como en la valoración del resultado de trabajo propio, de forma tal que se haga consciente lo que le separa, en su caso, de los objetivos propuestos. Para ello el alumno participará activamente en procesos de autoevaluación y coevaluación de las actividades realizadas y de la eficiencia obtenida.
>
> **Retroalimentadora**, en la medida en que proporcionará información útil para ajustar y mejorar las actividades, el diseño de esta propuesta en futuros cursos.

Los criterios de evaluación definidos para el módulo son el referente fundamental para valorar, tanto el grado de consecución de los resultados de aprendizaje, como

el grado de adquisición de las competencias profesionales, personales y sociales, incluidas las competencias básicas, y en última instancia de la competencia general del Título, objetivoúltimoycomúndeésteyelrestodelosmódulosdelcicloformativo.

competencias básicas, y en última instancia de la competencia general del Título, objetivoúltimoycomúndeésteyelrestodelosmódulosdelcicloformativo.

Asimismo, y en un nivel de concreción más próximo a cada Unidad de Trabajo diseñada, los contenidos enunciados para cada UT se erigen como criterios de evaluación de dicha UT.

Las**actitudes**se constituyen, junto con los procedimientos, en parte integrante y fundamental de todo el proceso de aprendizaje, siendo que además de las previstas para cada Unidad de Trabajo y actividades, se prevé hacer especial hincapié en las siguientes actitudes transversales al rol profesional al que está asociado este módulo, y por tanto serán evaluadas de forma conjunta con los otros contenidos previstos:

C1. Curiosidad por conocer los avances tecnológicos en el uso de aplicaciones ofimáticas y su influencia en la actividad comercial delentorno.
C2. Realización de búsqueda y análisis de información sobre diferentes aspectos relacionados con la actividad comercial que complemente la información disponible.
C3. Participación activa y crítica en las discusiones ydebates.
C4. Respeto por las normas de seguridad e higiene, prevención de riesgos laborales, y protección medioambiental, aplicables en las operaciones con ordenadores y sus periféricos, para seguridad de sus clientes y de la suya propia y para la imagen del establecimiento.
C5. Curiosidad y respeto hacia las ideas, valores y soluciones técnicas aportadas por otraspersonas.
C6. Actitud ordenada y metódica en el trabajo, planificando con antelación el desarrollo de las tareas y mostrando iniciativa y persistencia ante las dificultades y obstáculosencontrados.
C7. Actitud positiva y motivación en su equipo para la ejecución y resolución de las tareas que se proponen, participando solidariamente en las tareasde equipo.

La calificación se establecerá en función de la dificultad que presente cada actividad y su importancia en cuanto la contribución a la consecución del objetivo general del módulo. Con carácter general se evaluaran objetivos referidosa:

7.1. Expresión oral y escrita.
7.2. Compresión.
7.3. Puntualidad y formalización en la entrega de trabajos.
7.4. Asistencia ypuntualidad.
7.5. Participación.

En cuanto a los**criterios de calificación**del módulo, si bien en cada Unidad de Trabajo y actividad se establecen las indicaciones relativas a la calificación específica de cada actividad, en términos generales y en coherencia con el enfoque de la programación diseñada, se desarrollará según los siguientes criterios:

Contenidos Actitudinales.	20 %
Contenidos Conceptuales y procedimentales	80 %

La superación del módulo requerirá una evaluación de al menos un 60% del total. Las calificaciones se realizarán en una escala de 10, con la siguiente tabla de equivalencias:

1 a 4,9: INSUFICIENTE	5 a 5,9: SUFICIENTE	6 a 6,9: BIEN	7 a 8,9: NOTABLE	9 a 10: SOBRESALIENTE

Para la recogida de información que permitirá evaluar cada actividad, y su correspondiente ponderación, se aplicarán las siguientes**Pautas de Observación**:

P1. Comprende adecuadamente las lecturas, relatos e información querecibe.
P2. Repite información recibida, elaborándola con sus propiaspalabras.
P3. Escribe con correcciónortográfica.
P4. Elabora textos conprecisión.
P5. Analiza y resuelve correctamente las actividadespropuestas.
P6. Se expresa conclaridad.
P7. Utiliza vocabulario preciso y con propiedad.
P8. Redacta con claridad y fluidez.
P9. Utiliza técnicas y procesos adecuados.
P10. Presenta documentos, informes y actividades con precisión, orden ylimpieza.
P11. Es puntual en la entrega de trabajos, informes oactividades.
P12. Es constante en sus tareas. Participaactivamente.
P13.Asiste con puntualidad y regularidad.
P14. Muestra satisfacción por el trabajo riguroso y bienhecho.
P15. Es respetuoso/a con las ideas y aportaciones de losdemás.
P16. Se integra bien en diferentesgrupos.
P17. Es solidario/a con las decisiones del grupo.
P18. Anima y estimula la participación en las actividadespropuestas.
P19. Es crítico ante la información querecibe.
P20. Tiene iniciativa ante problemas que se leplantean.
P21. Cuida los recursos que utiliza (aula, equipos, materiales), evitando costes innecesarios y perjuiciosmedioambientales.
P22. Autoevalúa las actividades realizadas con sentidocrítico.

Como instrumentos de evaluación se emplearán tanto las hojas de actividad para la recogida de la información) como en hojas de cálculo para realizar las ponderaciones correspondientes, obtener la calificación de cada actividad, así como por adición y ponderación, la calificación final del módulo. No obstante, los resultados así obtenidos

serán objeto de análisis para, en su caso, y con la argumentación que corresponda, hacer los ajustes que procedan.

Habrá una prueba objetiva al menos una cada evaluación, que podría ser sin previo aviso, que valora el trabajo en clase (procedimientos) y sin embargo se tendrá en cuenta como contenido

Cada alumno/a deberá contar con un Pendrive en el que almacenar la información generada en el módulo, siendo que dicho soporte será el instrumento básico para la entrega de trabajos, con lo que además de propicia la coherencia de respeto medioambiental en la medida en que se evitan impresiones de documentos. Su no disposición en tiempo y forma adecuados dará lugar a que la actividad de que se trate sea considerada como no entregada/realizada.

La evaluación final será la nota ponderada de las tres evaluaciones ponderadas.

2.8 Planes derecuperación

En la medida en que sea necesario, y a partir de las necesidades individuales del alumnado, se plantearán actividades de refuerzo, ampliación y recuperación, según los casos, para lo cual serán de referencia tanto el currículo de los diferentes módulos profesionales que componen el ciclo formativo (en caso de necesidades en un ámbito específico) como las propias UT programadas, a las que se podrán añadir actividades complementarias que favorezcan la adquisición de las capacidades previstas para el módulo profesional.

Teniendoen cuenta que la evaluación es continua, aquellos alumnos que no tengan evaluación positiva cada trimestre podrán recuperar el módulo realizando las actividades de recuperación que convenientemente se plantearían durante el siguiente trimestre. En todo caso, se debe tener en cuenta que la evaluación positiva del módulo a final de curso requiere la evidencia de que se alcanzan las capacidades previstas en el currículo correspondiente, con el grado de complejidad que contemplan los criterios de evaluación de cada capacidad. El dominio de las capacidades citadas debe serlo en al menos un 50% de cada una deellas.

El alumnado que no asista a las actividades previstas por causa de fuerza mayor (enfermedad con certificado médico, asistencia a juicio, muerte de un familiar directo), tendrán derecho a resolver las actividades previstas para el alumnado en general en un nuevo plazo que convenientemente se establecería, preferentemente de común acuerdo

entre alumno-profesor sin menoscabo de la legalidad vigente y criterios a tal fin descrito en el Centro.

Aquellos alumnos/as que hayan perdido el derecho a la evaluación continua por absentismo injustificado deberán realizar las diferentes pruebas prácticas diseñadas en la fecha acordada por el Departamento y que les lleven a alcanzar los contenidos mínimos establecidos en la programación.

El alumnado que requiera recuperación de algún trimestre/evaluación, en caso de evaluación positiva de las actividades de recuperación realizadas, su nota máxima será de Bien (6) si la recuperación se realiza en el trimestre/evaluación siguiente; y de Suficiente (5) si lo fuera en una convocatoria extraordinaria al final de curso.

Evaluación del alumnado con pérdida de evaluación continua

La recuperación del alumnado con pérdida de evaluación continua consistirá en la realización de una prueba escrita con carácter conceptual y procedimental y en la realización de un conjunto de actividades y/o trabajos correspondientes a las competencias que el profesorado considerase para cada módulo, lo cual deberá ser entregado en la fecha de realización de la prueba escrita. Dicha entrega será condición indispensable para poder realizar la misma.

Los apartados de valoración anterior deben obtener un mínimo del 50% cada uno para considerar superado el módulo evaluado. Cuando un uno de ellos no sea igual o superior al 50% de calificación se considerará el módulo no superado"

Evaluación del alumnado con módulos p e n d i e n t e s

Teniendo en cuenta que la mayoría del alumnado no puede asistir a clases del módulo de pendiente por tener el mismo horario que los módulos de segundo curso y no hay hora/s asignadas para módulos pendientes, se evaluará de la siguientemanera:

A1. Se tendrá en cuenta el informe individualizado del alumnado (plan de recuperación personalizado) en el que se indica la valoración del aprendizaje realizado en el curso anterior, el grado de consecución de capacidades y la asignación de las actividades derecuperación.
A2. El alumnado tendrá que realizar las actividades previstas que deberá entregar en tiempo y forma, controles y exámenes trimestrales en las fechas que se le indique y examen final en la fecha que se publique Jefatura deEstudios.
A3. El profesorado encargado del módulo realizará un seguimiento delalumnado.
A4. En caso de que por cualquier motivo no exista un informe individualizado, por ejemplo que el alumnado cursara el primer curso en otra autonomía, elalumnado se evaluará a lo largo de los dos primeros trimestres. Si no se ha presentado o no ha superado el módulo tendrá que ser evaluado nuevamente en la fecha que indique Jefatura de Estudios de las partes pendientes.
A5. **En todos los casos se tendrá en cuenta la programación del módulo.**

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

<table>
<tr><td colspan="2">UNIDAD DE TRABAJO Nº 1 “DESARROLLAR ACTIVIDADES DE ATENCIÓN/INFORMACIÓN AL CLIENTE.”

Duración estimada: 13 sesiones</td></tr>
<tr><td>Contenidos</td><td>Actividades de enseñanza-aprendizaje-evaluación</td></tr>
<tr><td><u>Contenidos organizadores</u>

Contenidos procedimentales:

Identifica las funciones del departamento de atención al cliente de distintos tipos de empresas y organizaciones.

Identifica diferentes tipos de organización del departamento de atención al cliente según características de la empresa u organización.

Define las relaciones del departamento de atención al cliente con el de marketing, el de ventas y otros departamentos de la empresa.

Confecciona organigramas de empresas comerciales, teniendo en cuenta su tamaño, estructura y actividad.

Contenidos actitudinales:

Rigor en la cumplimentación de documentos.

Reconocimiento de las necesidades del servicio de atención al cliente.

Participa activamente en identificar los objetivos y aspectos del plan de trabajo propuesto.

Valora críticamente el plan de trabajo propuesto, haciendo aportaciones de mejora al mismo.</td><td>Actividad 1.

Identificación y análisis de los consumidores/clientes/ usuarios y consumidoras/clientas/ usuarias..

Duración: 5 sesiones

Actividad 2.

Identifica diferentes tipos de organización del departamento de atención al cliente según características de la empresa u organización.

Duración: 3 sesiones

Actividad 3.

Define las relaciones del departamento de atención al cliente con el de marketing, el de ventas y otros departamentos de la empresa.

Duración: 3 sesiones.

Actividad 4.

Confecciona organigramas de empresas comerciales, teniendo en cuenta su tamaño, estructura y actividad.</td></tr>
</table>

Contenidos soporte (conceptuales): **C**onceptos básicos en la atención al cliente en las empresas y organizaciones. Gestión de las relaciones con clientes. 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 contact centers. Funciones que desarrollan en la relación con los clientes. Tipología. Servicios que prestan a las empresas.	Duración: 2 sesiones.

UNIDAD DE TRABAJO Nº 2"UTILIZAR TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN EN SITUACIONES DE ATENCIÓN AL CLIENTE CONSUMIDOR USUARIO." **Duración estimada: 20 sesiones**	
Contenidos	**Actividades de enseñanza-aprendizaje-evaluación**
Contenidos organizadores **Contenidos procedimentales:** Describe el proceso de comunicación, los elementos que intervienen y las barreras y dificultades que pueden surgir en el mismo. Identifica los canales de comunicación, interna y externa, de las empresas y organizaciones. Describe fases del proceso de información al cliente y las técnicas	**Actividad 1.** Introducción a la Unidad de Trabajo y visión global del objetivo de la misma, con identificación del procedimiento a seguir para su desarrollo. A partir de identificar los conocimientos previos de los alumnos respecto de la UT y de, a partir de ello fijar algunos conceptos básicos, el profesor explica el procedimiento a seguir para el desarrollo de la unidad, aclarando las dudas que se presenten. Actividad de exposición que no requiere recogida de información para la evaluación.

utilizadas en los diferentes canales de comunicación. Solicita la información requerida por el cliente al departamento u organismo competente, a través de distintos canales de comunicación. Facilita información a supuestos clientes, utilizando la escucha activa y prestando especial atención a la comunicación no verbal. Mantiene conversaciones telefónicas para informar a supuestos clientes, utilizando actitudes, normas de protocolo y técnicas adecuadas. Redacta de respuesta a solicitudes de información en situaciones de atención al cliente, aplicando las técnicas adecuadas. Utiliza el correo electrónico y la mensajería instantánea para contestar a las consultas de clientes, respetando las normas de protocolo y adoptando una actitud adecuada. **Contenidos actitudinales:** Planifica y organiza las actividades con iniciativa y responsabilidad Participa activamente en identificar los objetivos y aspectos del plan de trabajo propuesto. Valora críticamente el plan de trabajo propuesto, haciendo aportaciones de mejora al mismo. Identifica y acepta los criterios y métodos de evaluación programados. d) .	Duración: 1 sesión **Actividad 2.** Utilización de técnicas de comunicación en situaciones de información y asesoramiento al cliente o clienta y en la gestión de quejas y reclamaciones. Duración: 4 sesiones **Actividad 3.** Solicita la información requerida por el cliente al departamento u organismo competente, a través de distintos canales de comunicación. Duración: 4 sesiones **Actividad 4.** Utilizar el teléfono para mantener conversaciones con supuestos clientes, utilizando actitudes, normas de protocolo y técnicas adecuadas. Duración: 6 sesiones **Actividad 5.** Utiliza el correo electrónico y la mensajería instantánea para contestar a las consultas de clientes, respetando las normas de protocolo y adoptando una actitud adecuada.

Contenidos soporte (conceptuales): **C**onceptos básicos en la comunicación en la empresa. Información y comunicación. El proceso de comunicación. Tipos de comunicación. Técnicas de comunicación en situaciones de información al cliente. La empatía. La asertividad. La comunicación oral. La comunicación telefónica. La comunicación no verbal. 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 (chat y videoconferencia) y comunicación diferida (foros).	Duración: 2 sesiones **Actividad 6.** Redacta de respuesta a solicitudes de información en situaciones de atención al cliente, aplicando las técnicas adecuadas. Duración: 3 sesiones

UNIDAD DE TRABAJO Nº 3 "APLICAR TÉCNICAS DE ORGANIZACIÓN Y ARCHIVO EN LA ORGANIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN DE LOS CLIENTES." **Duración estimada: 20 sesiones**	
Contenidos	**Actividades de enseñanza-aprendizaje-evaluación**
Contenidos organizadores **Contenidos procedimentales:** Describe las técnicas de organización y archivo de la información, tanto manual como informática. Describe técnicas más habituales de catalogación y archivo de	**Actividad 1.** Introducción a la Unidad de Trabajo y visión global del objetivo de la misma, con identificación del procedimiento a seguir para su desarrollo. A partir de identificar los conocimientos previos de los alumnos respecto de la UT y de, a partir de ello fijar algunos conceptos básicos.

documentación, analizando sus ventajas e inconvenientes Clasifica distintos tipos de documentación en materia de atención al cliente /consumidor /usuario. Elabora, actualiza y consulta bases de datos con la información relativa a los clientes. Maneja herramientas de gestión de las relaciones con los clientes (CRM), de acuerdo con las especificaciones recibidas. Registra la información relativa a las consultas o solicitudes de los clientes en la herramienta de gestión de las relaciones con clientes. Aplica métodos para garantizar la integridad de la información y la protección de datos, de acuerdo con la normativa vigente. **Contenidos actitudinales:** Participa activamente en identificar los objetivos y aspectos del plan de trabajo propuesto. Valora críticamente el plan de trabajo propuesto, haciendo aportaciones de mejora al mismo. Identifica y acepta los criterios y métodos de evaluación programados. Planifica y organiza las actividades con iniciativa y responsabilidad **<u>Contenidos soporte (conceptuales)</u>:** Conceptos básicos en técnicas de organización y archivo de	Duración: 3 sesiones **Actividad 2.** Organización, tratamiento y archivo de bases de datos documentales y de clientes y clientas. Duración: 3 sesiones **Actividad 2.** Utilizar las técnicas más habituales de catalogación y archivo de documentación, analizando sus ventajas e inconvenientes Clasifica distintos tipos de documentación en materia de atención al cliente /consumidor /usuario.

documentación Sistemas de clasificación, catalogación y archivo de documentos. Tipos de archivos. Organización de documentos de atención al cliente. Ficheros de clientes. Las bases de datos. Bases de datos documentales. Herramientas de gestión de las relaciones con clientes (CRM).Manejo de bases de datos de clientes. Transmisión de información en la empresa. Elaboración de informes. Normativa legal en materia de protección de datos.	

UNIDAD DE TRABAJO Nº 4 "ÓRGANOS E INSTITUCIONES DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR Y USUARIO" **Duración estimada: 10 sesiones**	
Contenidos	**Actividades de enseñanza-aprendizaje-evaluación**
<u>Contenidos organizadores</u> **Contenidos procedimentales:** Define el concepto del consumidor y usuario, diferenciando los consumidores finales y los industriales. Identifica la normativa nacional, autonómica y local que regula los derechos del consumidor y usuario. Identifica las instituciones y organismos, públicos y privados, de protección al consumidor y usuario, describiendo sus competencias. Interpreta la normativa aplicable a la gestión de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor/usuario en materia de consumo.	**Actividad 1.** Introducción a la Unidad de Trabajo y visión global del objetivo de la misma, con identificación del procedimiento a seguir para su desarrollo. A partir de identificar los conocimientos previos de los alumnos respecto de la UT y de, a partir de ello fijar algunos conceptos básicos. **Actividad 2.** Trabajo sobre las instituciones y organismos, públicos y privados, de protección al consumidor y usuario, describiendo sus competencias. **Actividad 3.**

Describe fuentes de información que facilitan información fiable en materia de consumo. **Contenidos actitudinales:** Participa activamente en identificar los objetivos y aspectos del plan de trabajo propuesto. Planifica y organiza las actividades con iniciativa y responsabilidad Valora críticamente el plan de trabajo propuesto, haciendo aportaciones de mejora al mismo. Identifica y acepta los criterios y métodos de evaluación programados. **<u>Contenidos soporte (conceptuales)</u>:** 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.	Interpreta la normativa aplicable a la gestión de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor/usuario en materia de consumo. ➢

UNIDAD DE TRABAJO Nº 5 "TRAMITAR LAS QUEJAS Y RECLAMACIONES DEL CLIENTE/CONSUMIDOR."

Duración estimada: 10 sesiones

Contenidos	Actividades de enseñanza-aprendizaje-evaluación
<u>Contenidos organizadores</u> **Contenidos procedimentales:** Identifica los tipos de consultas, quejas, reclamaciones y denuncias más habituales en materia de consumo. Describe el procedimiento que hay que seguir, así como las fases, la forma y los plazos del proceso de tramitación de las reclamaciones del cliente. Informa al cliente de sus derechos y los posibles mecanismos de solución de la reclamación, de acuerdo con la normativa vigente. Cumple con la documentación necesaria para cursar la reclamación hacia el departamento u organismo competente. Aplica técnicas de comunicación en la atención de las quejas y reclamaciones, utilizando la escucha activa, la empatía y la asertividad. Utiliza técnicas de negociación y actitudes que faciliten el acuerdo para resolver las reclamaciones del cliente. Identifica y cumplimenta los documentos relativos a la tramitación de las quejas, reclamaciones y denuncias. Informa al reclamante de la situación y del resultado de la queja o reclamación, de forma oral y/o escrita, y/o por medios electrónicos. **Contenidos actitudinales:**	**Actividad 1.** Introducción a la Unidad de Trabajo y visión global del objetivo de la misma, con identificación del procedimiento a seguir para su desarrollo. A partir de identificar los conocimientos previos de los alumnos respecto de la UT y de, a partir de ello fijar algunos conceptos básicos, el profesor explica el procedimiento a seguir para el desarrollo de la unidad, aclarando las dudas que se presenten. **Actividad 2.** Describe el procedimiento que hay que seguir, así como las fases, la forma y los plazos del proceso de tramitación de las reclamaciones del cliente. **Actividad 3.** Cumplimentar la documentación necesaria para cursar la reclamación hacia el departamento u organismo competente. **Actividad 4** Utilizar técnicas de comunicación en la atención de las quejas y reclamaciones, utilizando la escucha activa, la empatía y la asertividad.

Planifica y organiza las actividades con iniciativa y responsabilidad Participa activamente en identificar los objetivos y aspectos del plan de trabajo propuesto. Valora críticamente el plan de trabajo propuesto, haciendo aportaciones de mejora al mismo. Identifica y acepta los criterios y métodos de evaluación programados. **<u>Contenidos soporte (conceptuales)</u>:** Conceptos básicos en los 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 ante las quejas y reclamaciones. La escucha activa. La empatía. La asertivida 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..	➢

UNIDAD DE TRABAJO Nº 6 "PLAN DE CALIDAD Y MEJORA DEL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE."

Duración estimada: 8 sesiones

Contenidos	Actividades de enseñanza-aprendizaje-evaluación
Contenidos organizadores **Contenidos procedimentales:** Identifica los métodos aplicables para evaluar la eficacia del servicio de atención/información al cliente. Realiza seguimiento del proceso de tramitación de las quejas y reclamaciones, evaluando la forma y los plazos de resolución. Identifica las principales incidencias y retrasos en el servicio de atención al cliente y en la resolución de quejas y reclamaciones. Describe las principales medidas aplicables para solucionar las anomalías detectadas y mejorar la calidad del servicio. Aplica técnicas para medir el nivel de satisfacción del cliente y la eficacia del servicio prestado. Redacta informes con los resultados y conclusiones de la evaluación de la calidad, utilizando herramientas informáticas. Aplica las acciones establecidas en el plan de mejora de la calidad del servicio, utilizando aplicaciones informáticas. Desarrolla 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).	**Actividad 1.** Introducción a la Unidad de Trabajo y visión global del objetivo de la misma, con identificación del procedimiento a seguir para su desarrollo. A partir de identificar los conocimientos previos de los alumnos respecto de la UT y de, a partir de ello fijar algunos conceptos básicos, el profesor explica el procedimiento a seguir para el desarrollo de la unidad, aclarando las dudas que se presenten. Duración: 1 sesión **Actividad 2.** Evaluar los métodos aplicables para la eficacia del servicio de atención/información al cliente. **Actividad 3.** Utilizar técnicas para medir el nivel de satisfacción del cliente y la eficacia del servicio prestado. ➢

Contenidos actitudinales: Participa activamente en identificar los objetivos y aspectos del plan de trabajo propuesto. Valora críticamente el plan de trabajo propuesto, haciendo aportaciones de mejora al mismo. Identifica y acepta los criterios y métodos de evaluación programados. Planifica y organiza las actividades con iniciativa y responsabilidad Rigor en la cumplimentación de documentos. Participa activamente en identificar los objetivos y aspectos del plan de trabajo propuesto. **<u>Contenidos soporte (conceptuales)</u>:** Conceptos básicos en las Incidencias, anomalías y retrasos en el proceso de atención/información al cliente y en la resolución de quejas y reclamaciones. Tratamiento de las anomalías. Procedimientos de evaluación y control del servicio de atención al cliente. Normativa aplicable en la atención al cliente. Estrategias y técnicas de fidelización de clientes. Programas de fidelización de clientes.	