



**DEPARTAMENTO DE
COMERCIO Y MARKETING**

Programación Didáctica de

**SERVICIOS DE ATENCIÓN
COMERCIAL**

CURSO 2021/2022

INDICE

1. INTRODUCCIÓN AL CICLO.

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

2. PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO.

- 2.0. Objetivos Generales del Ciclo vinculados al Módulo.
- 2.1. Competencias profesionales, personales y sociales vinculadas al Módulo.
- 2.2. Resultados del aprendizaje, criterios de evaluación y contenidos.
- 2.3. Metodología
 - Metodología del módulo.
 - Agrupamientos.
 - Espacios.
 - Uso de lasTICs
- 2.4. Estrategias para desarrollar la educación en valores y la interdisciplinariedad.
- 2.5. Atención a la diversidad.
- 2.6. Evaluación.
- 2.7. Planes de recuperación.

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

4. -SITUACIÓN QUE SE PUEDE PRESENTAR ANTE LA COVID-19.

1. INTRODUCCIÓN AL CICLO.

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

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

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

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

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

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

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.

CICLO MEDIO DE ACTIVIDADES COMERCIALES

El IES MESA Y LÓPEZ sigue creciendo en el uso educativo de las redes sociales como Facebook y Twitter que no sólo han pasado a ser parte a toda la comunidad educativa, sino que se han constituido en un lugar de encuentro y formación para todas las personas e instituciones que de alguna manera participan del proyecto educativo; así en la actualidad el centro ya cuenta con un Blog, página en Facebook y cuenta en Twitter que están en continuo crecimiento.

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

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

En cuanto al alumnado de **Ciclos de Formación Profesional**, en el caso de la Formación Profesional Básica el alumnado tiene unas características que le son propias, obteniéndose los resultados de su trabajo y del docente, especialmente en el segundo curso. El resto de alumnado de la Formación Profesional cuenta con edades comprendidas entre los 16 y 20 años y buscan un futuro profesional, por lo que el interés y dedicación es bastante bueno, a tenor de los resultados académicos, especialmente en los segundos cursos. En el caso de Formación Profesional en la modalidad semipresencial, el rango de edad es más amplio, siendo por lo general alumnado que había abandonado sus estudios para incorporarse al mundo laboral y que ahora ha tomado conciencia de la necesidad de adquirir esta titulación para aumentar sus expectativas laborales. Numerosos/as alumnos/as del centro han sido premios extraordinarios de Formación Profesional.

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

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

PROYECTOS EDUCATIVOS DEL CENTRO

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

CICLO MEDIO DE ACTIVIDADES COMERCIALES

En el presente curso escolar 2021-22 se colabora en el proyecto de innovación “**LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA DIGITAL DE LA FAMILIA DE ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN**“, que se desarrolla a través de la aplicación “Empresaula”, plataforma digital de red de empresas simuladas.

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

Proyecto ERASMUS PLUS: el centro tiene una tradición de más de 17 años en la participación en programas europeos tales como Leonardo (2003), Asociación multilateral COMENIUS (2007), Ayudante lingüístico COMENIUS (2008) y nuevamente se participó en la Asociación Multilateral Comenius (2013). En 2013, se consiguió la Carta Erasmus de Educación Superior (ECHE), lo que nos permitió empezar a mandar alumnado de ciclos superiores de Formación Profesional a realizar la Formación en Centros de Trabajo (FCT) en países de la Unión Europea, desde la entrada en vigor del Programa **Erasmus+ K103** (2014 - 2021).

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

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

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

Participamos y dinamizamos 4 Redes educativas:

- 1) **Promoción de la salud y educación emocional.**
- 2) **Educación ambiental y sostenibilidad.**
- 3) **Igualdad y educación afectivo-sexual y de género.**
- 4) **Comunicación lingüística, biblioteca y radios escolares.**

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

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

CICLO MEDIO DE ACTIVIDADES COMERCIALES

Proyecto de Dinamización de la Biblioteca

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

Plataforma Etwinning

Auxiliar de conversación en lengua inglesa.

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

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

1.1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL CICLO CON SUS CUALIFICACIONES Y UNIDADES DE COMPETENCIA SEGÚN EL CATÁLOGO NACIONAL DE CUALIFICACIONES PROFESIONALES

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

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

Denominación: Actividades Comerciales.

Nivel: Formación Profesional de Grado Medio.

Duración: 2.000 horas.

Familia Profesional: Comercio y Marketing.

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

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

Nombre: **Servicios de Atención Comercial**

Código: 1234

Ciclo formativo: Actividades Comerciales

Grado: Medio

Familia Profesional: Comercio y Marketing

Duración: 84 horas

Curso: 2º

CICLO MEDIO DE ACTIVIDADES COMERCIALES

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

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

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

Competencia general del Ciclo de Actividades Comerciales.

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

Competencias profesionales, personales y sociales.

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

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

CICLO MEDIO DE ACTIVIDADES COMERCIALES

- 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 ÁREA AL DESARROLLO DEL PROYECTO EDUCATIVO DEL CENTRO Y LA PGA.

A través de los distintos módulos que se imparten en el ciclo, se contribuirá al alcance de los Ejes de Actuación y objetivos estratégicos fijados por la CEUCD, para el curso 2021-2022, y explicitados en la PGA de nuestro centro educativo. En el departamento se priorizan los siguientes ejes:

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

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

- Desarrollar estilos de vida respetuosos con el medio ambiente, los derechos humanos, la igualdad de género, la promoción de una cultura de paz y no violencia, la ciudadanía mundial y la valoración de la diversidad cultural.
- Favorecer la participación equilibrada de mujeres y hombres en los trabajos grupales, alternando los cargos. Se trabajará de manera transversal el principio de igualdad de mujeres y hombres, planteando la no discriminación entre alumnas y alumnos y la necesidad de impulsar una formación proactiva hacia la igualdad de unas y otros, posibilitando el avance hacia una igualdad laboral real de mujeres y hombres en su proceso formativo, su profesión y su entorno laboral.
- Potenciar normas y actitudes para combatir la contaminación ambiental.
- Concienciar hacia el consumo responsable.
- Seleccionar los diferentes residuos y aplicar técnicas de aprovechamiento de recursos escasos: técnica de 3R (reducir, reciclar y reutilizar) en el papel, tinta, energía, agua, etc.

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

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

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

El profesorado del departamento realizará al menos 10 horas de formación en digitalización, organizada a través de la familia profesional, DGFP y EA, PFC, CEPs u otros organismos competentes. Desde el inicio del curso se está trabajando con clases virtuales, videoconferencias, redes sociales, buscadores de internet o buscadores web, aplicaciones informáticas de gestión de empresas, etc., lo que contribuye a fortalecer y modernizar las enseñanzas profesionales adaptándolas a las necesidades del sistema productivo. El Centro cuenta con una Base de Datos del alumnado titulado de las diferentes familias profesionales que se imparten en el Centro (Bolsa de Trabajo), a disposición de todas las empresas que requieran de sus servicios.

Con el fin de impulsar la educación superior y enseñanzas profesionales y de personas adultas, promoviendo el aprendizaje a lo largo de la vida y con ello la mejora del crecimiento personal, social y económico, con anterioridad al periodo de solicitud de plazas para el siguiente el curso, a

CICLO MEDIO DE ACTIVIDADES COMERCIALES

través de nuestras redes sociales, se promocionan nuestras enseñanzas, transmitiendo toda la información de interés al respecto.

Con respecto a nuestra contribución a la difusión y desarrollo de nuestro **PATRIMONIO CULTURAL E HISTÓRICO**, si la situación de la pandemia lo permitiera:

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

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

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

Para este curso 2021-2022, en el que aún persiste la crisis sanitaria Covid-19, que nos obliga a limitar los contactos, evitar los espacios cerrados y respetar la distancia de seguridad, programamos una ruta urbana, a pie, acercando a nuestro alumnado a las Administraciones Públicas Canarias, con las que se relacionan las empresas: Ayuntamiento, OMIC, sede del Gobierno de Canaria, Seguridad Social, Hacienda Estatal y Hacienda Autonómica, Cámara de Comercio y Cabildo Insular de Gran Canaria.

Asimismo, con el alumnado de ESO en la materia de IVY, se recorrerán espacios naturales en los que se analizarán aspectos de la geografía y economía canaria.

1.4. SEGUIMIENTO, REVISIÓN Y AJUSTE DE LAS PROGRAMACIONES.

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

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

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

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

2. PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO

2.0 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.

CICLO MEDIO DE ACTIVIDADES COMERCIALES

- 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.
- o) 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.**
- p) 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.
- q) 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.
- r) 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.**
- s) 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.**
- t) 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.
- u) 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.**
- v) 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.
- w) Analizar y aplicar las técnicas necesarias para dar respuesta a la accesibilidad universal y al “diseño para todos”.
- x) 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.**
- y) 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.
- z) 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.**

CICLO MEDIO DE ACTIVIDADES COMERCIALES

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

2.1 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.

CICLO MEDIO DE ACTIVIDADES COMERCIALES

- 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.
- o) Resolver de forma responsable las incidencias relativas a su actividad, identificando las causas que las provocan, dentro del ámbito de su competencia y autonomía.
- p) Comunicarse eficazmente, respetando la autonomía y competencia de las distintas personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.
- q) 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.
- r) 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.
- s) Realizar la gestión básica para la creación y funcionamiento de una pequeña empresa y tener iniciativa en su actividad profesional.
- t) 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.

CICLO MEDIO DE ACTIVIDADES COMERCIALES

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

CICLO MEDIO DE ACTIVIDADES COMERCIALES

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

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

CICLO MEDIO DE ACTIVIDADES COMERCIALES

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

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

CICLO MEDIO DE ACTIVIDADES COMERCIALES

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

CICLO MEDIO DE ACTIVIDADES COMERCIALES

2. 2. Contenidos y Temporalización:

1.- ATENCIÓN COMERCIAL EN LA EMPRESA.	
CONCEPTUALES	<ul style="list-style-type: none">- La atención al cliente en las empresas y organizaciones. Tipos y funciones.- La gestión de las relaciones con clientes y clientas.- La identidad corporativa y la imagen de marca.- Servicios de atención al cliente/consumidor/usuario.- El Departamento de Atención al Cliente en las empresas y organizaciones.- Relaciones con otros departamentos de la empresa u organización.- Estructuras organizativas: organigramas.- Tipos de organigramas.- Los <i>contact centers</i>. Funciones que desarrollan en la relación con la clientela. Tipología. Servicios que prestan a las empresas.
PROCEDIMENTALES	<ul style="list-style-type: none">- Tipificación de las funciones del Departamento de Atención al Cliente de distintos tipos de empresas y organizaciones.- Identificación de los diferentes tipos de organización del Departamento de Atención al Cliente según características de la empresa u organización.- Definición de las relaciones del Departamento de Atención al Cliente con el de <i>Marketing</i>, el de Ventas y otros departamentos de la empresa.- Confección de organigramas de empresas comerciales, teniendo en cuenta su tamaño, estructura y actividad.- Diferenciación de las áreas de actividad y acciones del Servicio de Atención al Cliente, teniendo en cuenta la legislación vigente.- Detalle de las funciones de los <i>contact centers</i> y los servicios que prestan a las empresas u organizaciones.
ACTITUDINALES	<ul style="list-style-type: none">- Planificación metódica de las tareas a realizar con previsión de las dificultades y el modo de superarlas.- Valoración del orden y limpieza, tanto durante las fases del proceso como en la presentación de las actividades y tareas.- Actitud ordenada y metódica durante la realización de las tareas y perseverancia ante las dificultades

CICLO MEDIO DE ACTIVIDADES COMERCIALES

2.- LA COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA, INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN.	
CONCEPTUALES	<ul style="list-style-type: none"> - La comunicación en la empresa, información y comunicación. - El proceso de comunicación. - Tipos de comunicación. - Técnicas de comunicación en situaciones de información al cliente o clienta. - La empatía. - La asertividad. - La comunicación oral. La comunicación telefónica: lenguaje, gestión, medios de atención telefónica, normas, reglas, códigos y sistemas de comunicación telefónica - La comunicación no verbal: mirada, expresiones, gestos, apariencia. - La comunicación escrita. Tipos de cartas comerciales. Comunicaciones formales (instancia, recurso, certificado, declaración y oficio). Informes. Otros documentos escritos. - La comunicación escrita a través de la red (Internet/intranet). - El correo electrónico. La mensajería instantánea. - Comunicación en tiempo real (<i>chat</i> y videoconferencia) y comunicación diferida (foros)...
PROCEDIMENTALES	<ul style="list-style-type: none"> - Descripción del proceso de comunicación, los elementos que intervienen, y las barreras y dificultades que pueden surgir en el mismo. - Identificación de los canales de comunicación, interna y externa, de las empresas y organizaciones. - Descripción de las fases del proceso de información al cliente o clienta y las técnicas utilizadas en los diferentes canales de comunicación. - Petición de la información requerida por el cliente o clienta al Departamento u organismo competente, a través de distintos canales de comunicación. - Comunicación de información a supuestos clientes y clientas, 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	<ul style="list-style-type: none"> - Planificación metódica de las tareas a realizar, con previsión de las dificultades y el modo de superarlas. - Valoración del orden y limpieza, tanto durante las fases del proceso como en la presentación de las actividades y tareas. - Actitud ordenada y metódica durante la realización de las tareas, y perseverancia ante las dificultades.

CICLO MEDIO DE ACTIVIDADES COMERCIALES

3.- TÉCNICAS DE ORGANIZACIÓN Y ARCHIVO DE DOCUMENTACIÓN.	
CONCEPTUALES	<ul style="list-style-type: none"> - Técnicas de organización y archivo de documentación. Sistemas de clasificación, catalogación y archivo de documentos. -- Tipos de archivos. - Organización de documentos de atención al cliente. - Ficheros de clientes y clientas. - Las bases de datos. - Bases de datos documentales. - Herramientas de gestión de las relaciones con la clientela (CRM). - Manejo de bases de datos de clientes y clientas. - Transmisión de información en la empresa. Elaboración de informes. - Normativa legal en materia de protección de datos.
PROCEDIMENTALES	<ul style="list-style-type: none"> - Descripción de las técnicas de organización y archivo de la información, tanto manual como informática. - Descripción de las técnicas más habituales de catalogación y archivo de documentación, analizando sus ventajas e inconvenientes. - Clasificación de los distintos tipos de documentación en materia de atención al cliente/consumidor/usuario. - Elaboración, actualización y consulta de bases de datos con la información relativa a la clientela. - Manejo de herramientas de gestión de las relaciones con la clientela (CRM), de acuerdo con las especificaciones recibidas. - Registro de la información relativa a las consultas o solicitudes de la clientela en la herramienta de gestión de las relaciones con clientes y clientas. - Aplicación de métodos para garantizar la integridad de la información y la protección de datos, de acuerdo con la normativa vigente.
ACTITUDINALES	<ul style="list-style-type: none"> - Planificación metódica de las tareas a realizar con previsión de las dificultades y el modo de superarlas. - Valoración del orden y limpieza, tanto durante las fases del proceso como en la presentación de las actividades y tareas. - Compromiso y cumplimiento de los plazos establecidos en la ejecución de una tarea.

CICLO MEDIO DE ACTIVIDADES COMERCIALES

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

CICLO MEDIO DE ACTIVIDADES COMERCIALES

5.- REALIZACIÓN DE LA TRAMITACIÓN DE QUEJAS Y RECLAMACIONES DEL CLIENTE/CONSUMIDOR O DE LA CLIENTA/CONSUMIDORA.	
CONCEPTUALES	<ul style="list-style-type: none"> - Tipos de consultas, quejas, reclamaciones y denuncias más habituales en materia de consumo. - Normativa vigente en materia de consumo aplicable a la gestión de reclamaciones y denuncias. - Fases del proceso de tramitación de reclamaciones y denuncias. - Procedimiento de recogida de las reclamaciones. - Proceso de tramitación de las reclamaciones. - Las reclamaciones ante la Administración. - Las técnicas de comunicación en situaciones de quejas y reclamaciones. - Tratamiento al cliente o clienta ante las quejas y reclamaciones. La escucha activa. La empatía. La asertividad - La negociación en la resolución de quejas y reclamaciones. - El Plan de Negociación. Fases: preparación y estrategia, desarrollo y acuerdo. - Técnicas de negociación en las reclamaciones.
PROCEDIMENTALES	<ul style="list-style-type: none"> - Identificación de los tipos de consultas, quejas, reclamaciones y denuncias más habituales en materia de consumo. - Descripción del procedimiento que hay que seguir, así como las fases, la forma y los plazos del proceso de tramitación de las reclamaciones del cliente o clienta. - Información al cliente o clienta de sus derechos y los posibles mecanismos de solución de la reclamación, de acuerdo con la normativa vigente. - Cumplimentación de la documentación necesaria para cursar la reclamación hacia el departamento u organismo competente. - 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	<ul style="list-style-type: none"> - Valoración del orden y limpieza, tanto durante las fases del proceso como en la presentación de las actividades y tareas. - Actitud ordenada y metódica durante la realización de las tareas, y perseverancia ante las dificultades. - Compromiso y cumplimiento de los plazos establecidos en la ejecución de una tarea.

CICLO MEDIO DE ACTIVIDADES COMERCIALES

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

CICLO MEDIO DE ACTIVIDADES COMERCIALES

UNIDADES DE TRABAJO	Nº horas
U.T. 0.- Introducción al módulo	1
U.T. 1.- Atención comercial en la empresa	8
U.T. 2 La comunicación en la empresa, información y comunicación	19
U.T. 3. Técnicas de organización y archivo de documentación.	14
U.T. 4.- La calidad en el servicio de atención comercial.	14
U.T. 5.- - Realización de la tramitación de quejas y reclamaciones.	14
U.T. 6.- La protección del consumidor.	14
TOTAL HORAS:	84

2.3. Metodología

- **Metodología de módulo**

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 **activa** se 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.

CICLO MEDIO DE ACTIVIDADES COMERCIALES

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.

- **Agrupamientos.**

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.

- **Espacios.**

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 IV de esta orden y deberán cumplir lo establecido en el artículo 11 del Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre, así como la normativa sobre igualdad de oportunidades, diseño para todos y accesibilidad universal, prevención de riesgos laborales y seguridad y salud en el puesto de trabajo.

- **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 Mb memoria RAM con conexión a internet para el alumnado.

Ordenador Pentium con características similares o superiores a los anteriores para el profesorado integrado en la red y con conexión a internet.

Programas informáticos libres.

Impresora

Armario para guardar el material necesario.

Taladradora.

Varias grapadoras

Archivadores

Rotuladores, folios...

pen drive para la entrega de trabajos.

Material bibliográfico, revistas, etc.

- **Uso de las TIC'S**

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 TICy 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.

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

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

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

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

2.5 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.

2.6 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, objetivo último y común de éste y el resto de los módulos del ciclo formativo.

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 del entorno.
- 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 y debates.

CICLO MEDIO DE ACTIVIDADES COMERCIALES

- 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 otras personas.
- 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 obstáculos encontrados.
- C7. Actitud positiva y motivación en su equipo para la ejecución y resolución de las tareas que se proponen, participando solidariamente en las tareas de 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 evaluarán objetivos referidos a:

Expresión oral y escrita.

Comprensión.

Puntualidad y formalización en la entrega de trabajos.

Asistencia y puntualidad

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:

Ponderación actividades 40 %

Ponderación examen 60 %

Las actividades podrán ser de aplicación, de comprensión y además de exposición de contenidos conceptuales. Esta última actividad se valorará por parte del docente y además por el resto del alumnado mediante la figura de la coevaluación. La calificación de esta actividad será una media ponderada entre la rúbrica del docente (70%) y la media de coevaluación del resto de alumnado (30%). La superación del módulo requerirá una evaluación de al menos un 50% del total.

Las calificaciones se realizarán en una escala de 10, con la siguiente tabla de equivalencias:

1 a 4,9:	5 a 5,9:	6 a 6,9:	7 a 8,9:	9 a 10:
INSUFICIENTE	SUFICIENTE	BIEN	NOTABLE	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 que recibe.
- P2. Repite información recibida, elaborándola con sus propias palabras.
- P3. Escribe con corrección ortográfica.
- P4. Elabora textos con precisión.
- P5. Analiza y resuelve correctamente las actividades propuestas.
- P6. Se expresa con claridad.
- 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 y limpieza.
- P11. Es puntual en la entrega de trabajos, informes o actividades.
- P12. Es constante en sus tareas. Participa activamente.
- P13. Asiste con puntualidad y regularidad.
- P14. Muestra satisfacción por el trabajo riguroso y bien hecho.
- P15. Es respetuoso/a con las ideas y aportaciones de los demás.
- P16. Se integra bien en diferentes grupos.
- P17. Es solidario/a con las decisiones del grupo.
- P18. Anima y estimula la participación en las actividades propuestas.
- P19. Es crítico ante la información que recibe.
- P20. Tiene iniciativa ante problemas que se le plantean.
- P21. Cuida los recursos que utiliza (aula, equipos, materiales), evitando costes innecesarios y perjuicios medioambientales.
- P22. Autoevalúa las actividades realizadas con sentido crítico.

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.

Habrà 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.

2.7 Planes de recuperación

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

CICLO MEDIO DE ACTIVIDADES COMERCIALES

las que se podrán añadir actividades complementarias que favorezcan la adquisición de las capacidades previstas para el módulo profesional.

Teniendo en 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 de ellas.

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 pendientes.

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 siguiente manera:

- Al. 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 de recuperación.

CICLO MEDIO DE ACTIVIDADES COMERCIALES

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 de Estudios.

A3.El profesorado encargado del módulo realizará un seguimiento del alumnado.

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, el alumnado 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.

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

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

UNIDAD DE TRABAJO Nº 1 “ATENCIÓN COMERCIAL EN LA EMPRESA”	
Duración estimada: 13 sesiones	
Contenidos	Actividades de enseñanza-aprendizaje-evaluación
<p><u>Contenidos organizadores</u></p> <p>Contenidos procedimentales:</p> <p>Identifica las funciones del departamento de atención al cliente de distintos tipos de empresas y organizaciones.</p> <p>Identifica diferentes tipos de organización del departamento de atención al cliente según características de la empresa u organización.</p> <p>Define las relaciones del departamento de atención al cliente con el de marketing, el de ventas y otros departamentos de la empresa.</p> <p>Confecciona organigramas de empresas comerciales, teniendo en cuenta su tamaño, estructura y actividad.</p> <p>Contenidos actitudinales:</p> <p>Rigor en la cumplimentación de documentos.</p> <p>Reconocimiento de las necesidades del servicio de atención al cliente.</p> <p>Participa activamente en identificar los objetivos y aspectos del plan de trabajo propuesto.</p> <p>Valora críticamente el plan de trabajo propuesto, haciendo aportaciones de mejora al mismo.</p> <p><u>Contenidos soporte (conceptuales):</u></p> <p>Conceptos básicos en la atención al cliente en las empresas y organizaciones.</p> <p>Organización empresarial.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estructuras organizativas: organigramas. • Tipos de organigramas <p>Servicios de atención al cliente/consumidor/usuario.</p> <ul style="list-style-type: none"> • El departamento de atención al cliente en las empresas y organizaciones. • Relaciones con otros departamentos de la empresa u organización. <p>La identidad corporativa y la imagen de marca.</p>	<p>Actividad 1.1</p> <p>Actividad de comprobación</p> <p>Actividad 1.2.</p> <p>Actividad de comprobación.</p> <p>Actividad 1.3. y actividad 1.4.</p> <p>Actividades de aplicación.</p>

UNIDAD DE TRABAJO Nº 2 “COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN COMERCIAL”	
Duración estimada: 20 sesiones	
Contenidos	Actividades de enseñanza-aprendizaje-evaluación
<p><u>Contenidos organizadores</u></p> <p>Contenidos procedimentales:</p> <p>Describe el proceso de comunicación, los elementos que intervienen y las barreras y dificultades que pueden surgir en el mismo.</p> <p>Identifica los canales de comunicación, interna y externa, de las empresas y organizaciones.</p> <p>Describe fases del proceso de información al cliente y las técnicas utilizadas en los diferentes canales de comunicación.</p> <p>Solicita la información requerida por el cliente al departamento u organismo competente, a través de distintos canales de comunicación.</p> <p>Facilita información a supuestos clientes, utilizando la escucha activa y prestando especial atención a la comunicación no verbal.</p> <p>Mantiene conversaciones telefónicas para informar a supuestos clientes, utilizando actitudes, normas de protocolo y técnicas adecuadas.</p> <p>Redacta de respuesta a solicitudes de información en situaciones de atención al cliente, aplicando las técnicas adecuadas.</p> <p>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.</p> <p>Contenidos actitudinales:</p> <p>Planifica y organiza las actividades con iniciativa y responsabilidad</p> <p>Participa activamente en identificar los objetivos y aspectos del plan de trabajo propuesto.</p> <p>Valora críticamente el plan de trabajo propuesto, haciendo aportaciones de mejora al mismo.</p> <p>Identifica y acepta los criterios y métodos de evaluación programados.</p> <p><u>Contenidos soporte (conceptuales):</u></p> <p>Conceptos básicos en la comunicación en la empresa. Información y comunicación.</p> <p>El proceso de comunicación. Tipos de comunicación.</p> <p>Técnicas de comunicación empresarial.</p> <p>Comunicación presencial y atención al cliente.</p> <p>La comunicación oral.</p> <p>La comunicación no verbal.</p> <p>Las habilidades sociales en atención al cliente.</p>	<p>Actividad 2.1.</p> <p>Actividad de exposición que será recogida de información para la evaluación.</p> <p>Actividad 2.2, 2.3, 2.4, 2.5 y 2.6</p> <p>Actividades de aplicación.</p> <p>Actividad 3.1</p> <p>Actividad de exposición que será recogida de información para la evaluación, sobre la atención telefónica.</p> <p>Actividad 3.2, 3.4, 3.5, 3.6 y 3.7</p> <p>Actividades de aplicación sobre la atención telefónica.</p> <p>Actividad 3.3</p> <p>Actividad de comprobación.</p> <p>Actividad 4.1</p> <p>Actividad de exposición que será recogida de información para la evaluación, sobre la comunicación escrita.</p> <p>Actividad 4.2, 4.3 y 4.4</p> <p>Actividad de comprobación.</p> <p>Actividad 4.5, 4.6, 4.7 y 4.8</p> <p>Actividad de aplicación sobre documentación escrita.</p>

CICLO MEDIO DE ACTIVIDADES COMERCIALES

<p>La comunicación escrita.</p> <p>Comunicación y atención telefónica.</p> <p>Protocolo de atención telefónica.</p> <p>El lenguaje en las conversaciones telefónicas.</p> <p>La telefonía móvil en la atención comercial.</p> <p>Elementos de la comunicación escrita</p> <p>La imagen corporativa en las comunicaciones escritas</p> <p>Documentación en la atención comercial</p> <p>El correo electrónico.</p> <p>La mensajería instantánea.</p>	
---	--

* Toda la comunicación por medios digitales se trabajará en el módulo de Comercio Electrónico OME

UNIDAD DE TRABAJO N° 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
<p><u>Contenidos organizadores</u></p> <p>Contenidos procedimentales:</p> <p>Describe las técnicas de organización y archivo de la información, tanto manual como informática.</p> <p>Describe técnicas más habituales de catalogación y archivo de documentación, analizando sus ventajas e inconvenientes</p> <p>Clasifica distintos tipos de documentación en materia de atención al cliente /consumidor /usuario.</p> <p>Elabora, actualiza y consulta bases de datos con la información relativa a los clientes.</p> <p>Maneja herramientas de gestión de las relaciones con los clientes (CRM), de acuerdo con las especificaciones recibidas.</p> <p>Registra la información relativa a las consultas o solicitudes de los clientes en la herramienta de gestión de las relaciones con clientes.</p> <p>Aplica métodos para garantizar la integridad de la información y la protección de datos, de acuerdo con la normativa vigente.</p> <p>Contenidos actitudinales:</p> <p>Participa activamente en identificar los objetivos y aspectos del plan de trabajo propuesto.</p> <p>Valora críticamente el plan de trabajo propuesto, haciendo aportaciones de mejora al mismo.</p> <p>Identifica y acepta los criterios y métodos de evaluación programados.</p> <p>Planifica y organiza las actividades con iniciativa y responsabilidad</p> <p><u>Contenidos soporte (conceptuales):</u></p> <p>El archivo en la empresa.</p> <p>El archivo informático. Bases de datos.</p> <p>La clasificación documental.</p> <p>La gestión de las relaciones con los clientes. Sistemas CRM.</p> <p>Normativa legal en la protección de datos.</p>	<p>Actividad 6.1</p> <p>Actividad de exposición que será recogida de información para la evaluación, sobre los medios digitales.</p> <p>Actividad 6.2, 6.3 y 6.4</p> <p>Actividad de aplicación.</p>

UNIDAD DE TRABAJO Nº 4 “PLAN DE CALIDAD Y MEJORA DEL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE.”

Duración estimada: 8 sesiones

Contenidos	Actividades de enseñanza-aprendizaje-evaluación
<p><u>Contenidos organizadores</u></p> <p>Contenidos procedimentales:</p> <p>Identifica los métodos aplicables para evaluar la eficacia del servicio de atención/información al cliente.</p> <p>Realiza seguimiento del proceso de tramitación de las quejas y reclamaciones, evaluando la forma y los plazos de resolución.</p> <p>Identifica las principales incidencias y retrasos en el servicio de atención al cliente y en la resolución de quejas y reclamaciones.</p> <p>Describe las principales medidas aplicables para solucionar las anomalías detectadas y mejorar la calidad del servicio.</p> <p>Aplica técnicas para medir el nivel de satisfacción del cliente y la eficacia del servicio prestado.</p> <p>Redacta informes con los resultados y conclusiones de la evaluación de la calidad, utilizando herramientas informáticas.</p> <p>Aplica las acciones establecidas en el plan de mejora de la calidad del servicio, utilizando aplicaciones informáticas.</p> <p>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).</p> <p>Contenidos actitudinales:</p> <p>Participa activamente en identificar los objetivos y aspectos del plan de trabajo propuesto.</p> <p>Valora críticamente el plan de trabajo propuesto, haciendo aportaciones de mejora al mismo.</p> <p>Identifica y acepta los criterios y métodos de evaluación programados.</p> <p>Planifica y organiza las actividades con iniciativa y responsabilidad</p> <p>Rigor en la cumplimentación de documentos.</p> <p>Participa activamente en identificar los objetivos y aspectos del plan de trabajo propuesto.</p> <p><u>Contenidos soporte (conceptuales):</u></p> <p>Procesos de calidad en la empresa.</p> <p>Medida de la satisfacción del cliente.</p> <p>Gestión de la calidad.</p> <p>Control de la calidad.</p> <p>Estrategias y técnicas de fidelización de clientes.</p>	<p>Actividad 7.1</p> <p>Actividad de exposición que será recogida de información para la evaluación, sobre la calidad en el servicio comercial</p> <p>Actividad 7.2, 7.3</p> <p>Actividad de aplicación.</p>

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

Duración estimada: 10 sesiones

Contenidos	Actividades de enseñanza-aprendizaje-evaluación
<p><u>Contenidos organizadores</u></p> <p>Contenidos procedimentales:</p> <p>Identifica los tipos de consultas, quejas, reclamaciones y denuncias más habituales en materia de consumo.</p> <p>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.</p> <p>Informa al cliente de sus derechos y los posibles mecanismos de solución de la reclamación, de acuerdo con la normativa vigente.</p> <p>Cumple con la documentación necesaria para cursar la reclamación hacia el departamento u organismo competente.</p> <p>Aplica técnicas de comunicación en la atención de las quejas y reclamaciones, utilizando la escucha activa, la empatía y la asertividad.</p> <p>Utiliza técnicas de negociación y actitudes que faciliten el acuerdo para resolver las reclamaciones del cliente.</p> <p>Identifica y cumplimenta los documentos relativos a la tramitación de las quejas, reclamaciones y denuncias.</p> <p>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.</p> <p>Contenidos actitudinales:</p> <p>Planifica y organiza las actividades con iniciativa y responsabilidad</p> <p>Participa activamente en identificar los objetivos y aspectos del plan de trabajo propuesto.</p> <p>Valora críticamente el plan de trabajo propuesto, haciendo aportaciones de mejora al mismo.</p> <p>Identifica y acepta los criterios y métodos de evaluación programados.</p> <p>Contenidos soporte (conceptuales):</p> <p>Incidencias en el proceso de atención e información al cliente.</p> <p>Tipos de consultas, quejas y reclamaciones.</p> <p>Técnicas de comunicación en situaciones de quejas y reclamaciones.</p> <p>Tramitación de quejas y reclamaciones.</p> <p>La negociación con el cliente.</p>	<p>Actividad 8.1</p> <p>Actividad de exposición que será recogida de información para la evaluación, sobre la tramitación de quejas y reclamaciones.</p> <p>Actividad 8.2, 8.3, 8.4 y 8.5</p> <p>Actividad de aplicación.</p>

UNIDAD DE TRABAJO Nº 6 “ÓRGANOS E INSTITUCIONES DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR Y USUARIO”	
Duración estimada: 10 sesiones	
Contenidos	Actividades de enseñanza-aprendizaje-evaluación
<p><u>Contenidos organizadores</u></p> <p>Contenidos procedimentales:</p> <p>Define el concepto del consumidor y usuario, diferenciando los consumidores finales y los industriales.</p> <p>Identifica la normativa nacional, autonómica y local que regula los derechos del consumidor y usuario.</p> <p>Identifica las instituciones y organismos, públicos y privados, de protección al consumidor y usuario, describiendo sus competencias.</p> <p>Interpreta la normativa aplicable a la gestión de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor/usuario en materia de consumo.</p> <p>Describe fuentes de información que facilitan información fiable en materia de consumo.</p> <p>Contenidos actitudinales:</p> <p>Participa activamente en identificar los objetivos y aspectos del plan de trabajo propuesto.</p> <p>Planifica y organiza las actividades con iniciativa y responsabilidad</p> <p>Valora críticamente el plan de trabajo propuesto, haciendo aportaciones de mejora al mismo.</p> <p>Identifica y acepta los criterios y métodos de evaluación programados.</p> <p><u>Contenidos soporte (conceptuales):</u></p> <p>Concepto de “consumidor” o “consumidora” y “usuario” o “usuaria”.</p> <p>Derechos del consumidor o consumidora.</p> <p>Normativa legal en la protección de consumidores y usuarios.</p> <p>Organismos e instituciones de protección y defensa del consumidor.</p> <p>Sistema Arbitral de Consumo.</p>	<p>Actividad 7.1</p> <p>Actividad de exposición que será recogida de información para la evaluación, sobre los medios digitales.</p> <p>Actividad 7.2, 7.3 y 7.4</p> <p>Actividad de aplicación.</p>

4. -SITUACIÓN QUE SE PUEDE PRESENTAR ANTE LA COVID-19.

Ante la situación en la que nos encontramos inmersos, la programación de este módulo se realizará teniendo en cuenta la situación originada en el curso 2019-2020, tras la declaración del estado de alarma ocasionada por la COVID-19.

Debido a que la situación a la que nos enfrentamos en estos momentos es aún imprevisible para el curso 2020-2021, sobre la modalidad en que podrá llevarse a cabo el proceso de enseñanza y aprendizaje a lo largo del curso, se plantean tres escenarios diferentes:

Ante la situación en la que nos encontramos inmersos, se plantean tres escenarios diferentes:

1. Actividad lectiva presencial en el marco de la normalidad.
2. Combinación de actividad lectiva presencial y a distancia en el caso de que el número de alumnos supere la ratio establecida en el aula. (No es el caso)
3. Suspensión temporal de la actividad lectiva. En caso de que las autoridades lo consideren oportuno.

Por lo tanto debemos adaptar la metodología y los instrumentos de evaluación y calificación a los escenarios antes citados.

Las líneas principales de trabajo, versarán en la utilización de metodologías que faciliten la educación a distancia, habilitando mecanismos que faciliten la asistencia del alumnado, salvo en el caso de brecha digital que la inasistencia se considerará justificada.

Para ello, se desarrollarán metodologías activas que supongan el aprendizaje autónomo. Entre ellas cabe mencionar el aprendizaje basado en proyectos y en investigación y todas aquellas que favorezcan la integración activa y normalizada en proceso de enseñanza aprendizaje.

La plataforma que utilizaremos en este Ciclo de 2º de Técnico de Actividades Comerciales para el módulo de Comercio Electrónico será el de la plataforma Moodle tanto en actividad presencial como no presencial. Además de reuniones de coordinación y clases a distancia mediante Google Meet si la situación de la pandemia no permite las clases presenciales.

Se aplicará la ley de evaluación vigente, adaptándose a los posibles escenarios que se puedan plantear. La evaluación guardará una relación muy estrecha con los aprendizajes utilizados en la programación didáctica del presente curso académico, así como los métodos pedagógicos utilizados en la misma. Se utilizarán instrumentos de evaluación variados que puedan utilizarse tanto en la enseñanza presencial, semipresencial y a distancia para lo cual la plataforma reúne las herramientas adecuadas.

Se debe proponer un plan de recuperación para aquellos alumnos que no superen el módulo, que coincidirá con la enseñanza presencial, estableciendo actividades de refuerzo y apoyo a través de la plataforma.