

Comunicación Empresarial y Atención al --- cliente

PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA

PRESENTACIÓN DEL MÓDULO.....	2
1. INTRODUCCIÓN	3
2. NORMATIVA	3
3. CONTEXTUALIZACIÓN.....	4
3.1. CENTRO EDUCATIVO.....	4
3.2. CARACTERÍSTICAS ALUMNADO	5
4. OBJETIVOS	6
5. CONTENIDOS	13
5.1. SELECCIÓN DE CONTENIDOS	13
5.2. SECUENCIACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN DE CONTENIDOS	18
5.3. EDUCAR EN VALORES.....	19
6. METODOLOGÍA	20
6.1. PRINCIPIOS METODOLÓGICOS.....	20
6.2. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS.....	21
6.3. DESARROLLO METODOLÓGICO DE LOS CONTENIDOS	22
6.4. USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN ...	23
7. RECURSOS	23
8. ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD.....	24
9. EVALUACIÓN.....	25
9.1. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE DEL ALUMNADO	25
9.2. INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN.....	26
9.3. LA CALIFICACIÓN	27
9.4. RECUPERACIÓN O MEJORA DE RESULTADOS	38
9.5. SEGUIMIENTO Y REVISIÓN DE LA PROGRAMACIÓN	38

PRESENTACIÓN DEL MÓDULO

Módulo Profesional	Comunicación empresarial y atención al cliente Código: 0437
Familia Profesional	Ciclo formativo gestión administrativa. Familia: Administración y gestión.
Normativa reguladora	<p><u>REAL DECRETO 1631/2009</u>, de 30 de octubre, establece el título de Técnico en Gestión Administrativa y se fijan sus enseñanzas mínimas. (BOE nº 289, de 1 de diciembre de 2009).</p> <p><u>ORDEN de 21 de febrero de 2011</u>, desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico en Gestión Administrativa. (Boja nº 55 de 18 de marzo de 2011)</p> <p><u>ORDEN de 29 de septiembre de 2010</u>, regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía. (Boja nº 202, de 15 de octubre de 2010)</p>
Unidades de competencia acreditadas	<ul style="list-style-type: none">• UC0975_2: Recencionar v procesar las comunicaciones internas y externas.• UC0978_2: Gestionar el archivo en soporte convencional e informático.
Características del Módulo	Nº de horas: 160 h. / 5 horas semana
Curso	2020/2021

1. INTRODUCCIÓN

Esta Programación Didáctica se ha elaborado para la Formación Profesional Inicial, en concreto, para el módulo de **Comunicación empresarial y atención al cliente**, perteneciente al Ciclo formativo de grado medio de gestión administrativa de la familia de Administración y Gestión. Este módulo tiene una duración de **160 horas lectivas**, del total de 2000 horas de duración que tiene el ciclo formativo y se imparte en el primer curso del ciclo a lo largo de los tres trimestres, a razón de **cinco horas a la semana**.

Atendiendo a los criterios generales, recogidos en el proyecto educativo del centro responsabilidad del claustro de profesores (segundo nivel de concreción curricular), se ha elaborado esta programación didáctica (tercer nivel), responsabilidad del departamento de Administración.

Programar es elaborar un proyecto de acción con una duración temporal variable, sobre unos contenidos, para un grupo de alumnos, en una situación determinada, con la finalidad de que alcancen unos objetivos determinados que pueden constatarse en qué medida y cómo los han logrado. Por ello, se comienza con un estudio del contexto.

2. NORMATIVA

La normativa legal que se ha tenido en cuenta para la elaboración de los distintos apartados de esta Programación Didáctica se divide en tres apartados:

Normativa general:

- Ley 17/2007 de 10 de diciembre de educación de Andalucía (LEA)
- Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre para la mejora de calidad educativa que modifica la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación.
- Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio, por el que se establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo.
- Decreto 436/2008, de 2 de septiembre, por el que se establece la ordenación y las enseñanzas de la Formación Profesional inicial que forma parte del sistema educativo.

- Decreto 327/2010, de 13 de julio, por el que se aprueba el Reglamento Orgánico de los Institutos de Educación Secundaria.

Normativa del Título:

- Orden de 21 de febrero de 2011, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico en Gestión Administrativa
- Real Decreto 1631/2009, de 1 de diciembre, por el que se establece el Título de Técnico en Gestión Administrativa y se fijan sus enseñanzas mínimas.

Normativa de evaluación:

- Orden de 29 de septiembre de 2010, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

Instrucciones para este curso 2020/2021, relativas a la pandemia de Covid:

- Instrucción de 15 de junio del 2020, de la Dirección General de Formación Profesional, relativas a las medidas educativas que adoptar en el inicio del curso 2020/2021 para las enseñanzas de Formación Profesional.
- Instrucción 10/2020, de 15 de junio, de la Dirección General de ordenación y Evaluación Educativa a adoptar en el curso 2020/2021 en los centros docentes andaluces que imparten enseñanzas de régimen general.

Además de la normativa anterior se tendrá en cuenta para el desarrollo de nuestra programación el proyecto educativo del centro, que constituye las señas de identidad de nuestro instituto, expresa la educación que desea y va a desarrollar en unas condiciones concretas.

3. CONTEXTUALIZACIÓN

3.1. CENTRO EDUCATIVO

El Instituto se ubica en una determinada zona urbana y un entorno humano dado por su profesorado y fundamentalmente por el alumnado y sus familias. El Centro se localiza entre dos barriadas que datan de los años 60, que acomodaron en sus orígenes a familias de nivel socioeconómico medio y medio-bajo: Nervión y Ciudad Jardín. Es una zona residencial de baja densidad poblacional y con diverso equipamiento urbano: centro deportivo, varios centros educativos y administrativos, mercado, centro de salud, etc. Existe en la zona, zona de escolarización 8, una amplia oferta educativa, tanto pública como privada concertada.

En cuanto a la oferta educativa del centro destacar que ofrece la Educación Secundaria Obligatoria, Bachillerato en las ramas de Humanidades y Ciencias Sociales y Ciencias y la Formación Profesional de las familias de imagen personal y de Administración y Gestión. En concreto, en esta última que nos interesa nos encontramos con el ciclo formativo de grado medio en Gestión Administrativa y los ciclos formativos de grado superior en Administración y Finanzas y Asistencia a la Dirección. Además el centro oferta otros servicios como el transporte escolar para alumnos con deficiencias auditivas que lo necesiten y personal especialista en atención a alumnos con deficiencias auditivas (Intérpretes de Lenguajes de Signos).

Por otra parte, destacar que al instituto se accede por la calle Beatriz de Suabia y la avenida Ciudad Jardín y que consta de:

- Edificio 1. Consta de 2 plantas con una superficie construida de 1882 m². En este edificio se encuentran 16 aulas y zona de administración y servicios (hall, conserjería, sala de profesores, despachos, archivo, etc.)
- Edificio 2. Consta de 4 plantas con una superficie construida de 3802 m². Se encuentran 8 aulas taller, entre las que se encuentran nuestros talleres donde se imparten las clases. Además, existen aulas específicas de dibujo, música, etc.
- Gimnasio.
- Patio, parking y zonas de recreo.

3.2. CARACTERÍSTICAS ALUMNADO

De la evaluación inicial, y como es habitual en la Formación Profesional, se extrae que nos encontramos con un grupo de alumnos/as muy heterogéneos, con diferentes edades e intereses y motivaciones.

La edad media del alumnado se sitúa en unos 19 años, siendo algo más del 30% menores de edad. Por otra parte, la gran mayoría de nuestro alumnado previamente ha cursado la Educación Secundaria Obligatoria, aunque también nos encontramos alumnos que acceden de la Formación Profesional Básica o de realizar otro grado medio.

Destacar la atención a la diversidad en aula, ya que contamos con ritmos de aprendizaje muy diferenciados.

Para finalizar indicar que es una constante que, en los ciclos de grado medio, a diferencia de los ciclos superiores, aún se da una presencia mayor del alumnado de las zonas cercanas al instituto que las que no lo son, ya que en los grados superiores aumenta la dispersión de zonas de procedencia, con una fuerte presencia de alumnado de pueblos.

4. OBJETIVOS

Los objetivos concretan los fines que se establecen en cada ciclo formativo y van a ser la guía de nuestro proceso de enseñanza-aprendizaje. A través de dichos objetivos se va a determinar los contenidos, actividades, secuenciación y metodología adecuada.

Según lo establecido en el artículo 3 del Real Decreto 1147/2011, por el que se establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo, las enseñanzas de formación profesional tienen por objeto conseguir que el alumnado adquiera las competencias profesionales, personales y sociales, según el nivel de que se trate, necesarias para:

- a) Ejercer la actividad profesional definida en la competencia general del programa formativo.
- b) Comprender la organización y características del sector productivo correspondiente, los mecanismos de inserción profesional, su legislación laboral y los derechos y obligaciones que se derivan de las relaciones laborales.
- c) Consolidar hábitos de disciplina, trabajo individual y en equipo, así como capacidades de autoaprendizaje y capacidad crítica.
- d) Establecer relaciones interpersonales y sociales, en la actividad profesional y personal, basadas en la resolución pacífica de los conflictos, el respeto a los demás y el rechazo a la violencia, a los prejuicios de cualquier tipo y a los comportamientos sexistas.

- e) Prevenir los riesgos laborales y medioambientales y adoptar medidas para trabajar en condiciones de seguridad y salud.
- f) Desarrollar una identidad profesional motivadora de futuros aprendizajes y adaptaciones a la evolución de los procesos productivos y al cambio social.
- g) Potenciar la creatividad, la innovación y la iniciativa emprendedora.
- h) Utilizar las tecnologías de la información y la comunicación, así como las lenguas extranjeras necesarias en su actividad profesional.
- i) Comunicarse de forma efectiva en el desarrollo de la actividad profesional y personal.
- j) Gestionar su carrera profesional, analizando los itinerarios formativos más adecuados para mejorar su empleabilidad.

Nuestro punto de partida es la **competencia general** que se alcanza al superar todos los módulos del ciclo formativo. Del artículo 4 del Real Decreto que regula el título se extrae que “**la competencia general de este título consiste en realizar actividades de apoyo administrativo en el ámbito laboral, contable, comercial, financiero y fiscal, así como de atención al cliente/usuario, tanto en empresas públicas como privadas, aplicando la normativa vigente y protocolos de calidad, asegurando la satisfacción del cliente y actuando según normas de prevención de riesgos laborales y protección ambiental**”.

La competencia general se concreta en **competencias profesionales, personales y sociales**. El módulo de comunicación empresarial y atención al cliente contribuye a alcanzar las competencias profesionales, personales y sociales que se relacionan a continuación, establecidos en el anexo I de la Orden de 21 de febrero de 2011, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico en Gestión Administrativa.

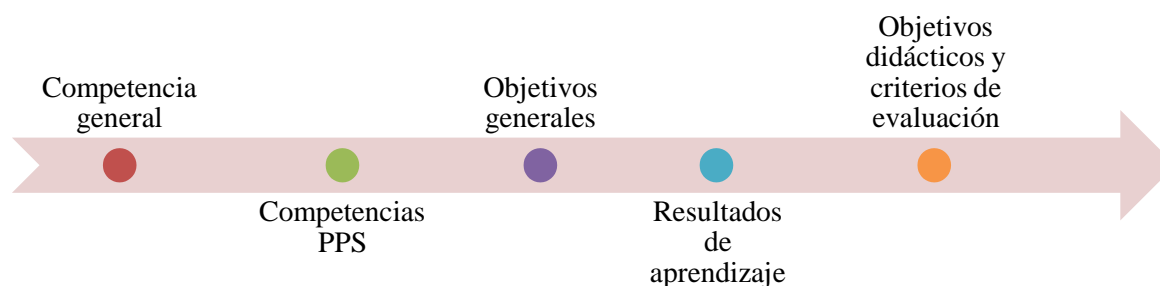
- a) Tramitar documentos o comunicaciones internas o externas en los circuitos de información de la empresa.
- b) Elaborar documentos y comunicaciones a partir de órdenes recibidas o información obtenida.
- c) Clasificar, registrar y archivar comunicaciones y documentos según las técnicas apropiadas y los parámetros establecidos en la empresa.

- i) Desempeñar las actividades de atención al cliente/usuario en el ámbito administrativo y comercial asegurando los niveles de calidad establecidos y relacionados con la imagen de la empresa /institución.
- m) Mantener el espíritu de innovación, de mejora de los procesos de producción y de actualización de conocimientos en el ámbito de su trabajo.
- p) Participar en las actividades de la empresa con respeto y actitudes de tolerancia.
- q) Adaptarse a diferentes puestos de trabajo y nuevas situaciones laborales, originados por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos.
- r) Participar en el trabajo en equipo respetando la jerarquía definida en la organización.

A su vez, para alcanzar las competencias profesionales, personales y sociales se concretan los **objetivos generales** del ciclo.

- a) Analizar el flujo de información y la tipología y finalidad de los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa, para tramitarlos.
- b) Analizar los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa, reconociendo su estructura, elementos y características para elaborarlos.
- d) Analizar las posibilidades de las aplicaciones y equipos informáticos, relacionándolas con su empleo más eficaz en el tratamiento de la información para elaborar documentos y comunicaciones.
- e) Realizar documentos y comunicaciones en el formato característico y con las condiciones de calidad correspondiente, aplicando las técnicas de tratamiento de la información en su elaboración.
- f) Analizar y elegir los sistemas y técnicas de preservación de comunicaciones y documentos adecuados a cada caso, aplicándolas de forma manual e informática para clasificarlos, registrarlos y archivarlos.
- h) Transmitir comunicaciones de forma oral, telemática o escrita, adecuándolas a cada caso y analizando los protocolos de calidad e imagen empresarial o institucional para desempeñar las actividades de atención al cliente/usuario.

Los objetivos generales se concretan en los **resultados de aprendizaje** para que puedan ser trabajados en el aula y cada resultado de aprendizaje se concreta en **criterios de evaluación**.



RA1. Selecciona técnicas de comunicación, relacionándolas con la estructura e imagen de la empresa y los flujos de información existentes en ella.

Criterios de evaluación

- a) Se ha reconocido la necesidad de comunicación entre las personas.
- b) Se ha distinguido entre comunicación e información.
- c) Se han distinguido los elementos y procesos que intervienen en la comunicación.
- d) Se han reconocido los obstáculos que pueden existir en un proceso de comunicación.
- e) Se ha determinado la mejor forma y actitud a la hora de presentar el mensaje.
- f) Se han identificado los conceptos de imagen y cultura de la empresa.
- g) Se han diferenciado los tipos de organizaciones y su organigrama funcional.
- h) Se han distinguido las comunicaciones internas y externas y los flujos de información dentro de la empresa.
- i) Se ha seleccionado el destinatario y el canal adecuado para cada situación.

RA2. Transmite información de forma oral, vinculándola a los usos y costumbres socioprofesionales habituales en la empresa.

Criterios de evaluación

- a) Se han identificado los principios básicos a tener en cuenta en la comunicación verbal.
- b) Se ha identificado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales.
- c) Se han tenido en cuenta las costumbres socioculturales y los usos empresariales.
- d) Se ha identificado al interlocutor, observando las debidas normas de protocolo, adaptando su actitud y conversación a la situación de la que se parte.
- e) Se ha elaborado el mensaje verbal de manera concreta y precisa, valorando las posibles dificultades en su transmisión.
- f) Se ha utilizado el léxico y expresiones adecuados al tipo de comunicación y a los interlocutores.
- g) Se ha presentado el mensaje verbal elaborado utilizando el lenguaje no verbal más adecuado.
- h) Se han utilizado equipos de telefonía e informáticos aplicando las normas básicas de uso.
- i) Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y sensibilidad.
- j) Se han analizado los errores cometidos y propuesto las acciones correctivas necesarias.

RA3. Transmite información escrita, aplicando las técnicas de estilo a diferentes tipos de documentos propios de la empresa y de la Administración Pública.
Criterios de evaluación:
a) Se han identificado los soportes para elaborar y transmitir los documentos: tipo de papel, sobres y otros.
b) Se han identificado los canales de transmisión: correo convencional, correo electrónico, fax, mensajes cortos o similares.
c) Se han diferenciado los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad, y confidencialidad.
d) Se ha identificado al destinatario observando las debidas normas de protocolo.
e) Se han clasificado las tipologías más habituales de documentos dentro de la empresa según su finalidad.
f) Se ha redactado el documento apropiado, cumpliendo las normas ortográficas y sintácticas en función de su finalidad y de la situación de partida.
g) Se han identificado las herramientas de búsqueda de información para elaborar la documentación.
h) Se han utilizado las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos o autoedición.
i) Se han cumplimentado los libros de registro de entrada y salida de correspondencia y paquetería en soporte informático y/o convencional.
j) Se ha utilizado la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos establecidos para las empresas e instituciones públicas y privadas.
k) Se han aplicado, en la elaboración de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).

RA4. Archiva información en soporte papel e informático, reconociendo los criterios de eficiencia y ahorro en los trámites administrativos.
Criterios de evaluación
a) Se ha descrito la finalidad de organizar la información y los objetivos que se persiguen.
b) Se han diferenciado las técnicas de organización de información que se pueden aplicar en una empresa o institución, así como los procedimientos habituales de registro, clasificación y distribución de la información en las organizaciones.
c) Se han identificado los soportes de archivo y registro y las prestaciones de las aplicaciones informáticas específicas más utilizadas en función de las características de la información a almacenar.
d) Se han identificado las principales bases de datos de las organizaciones, su estructura y funciones.
e) Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiados al tipo de documentos.
f) Se han realizado árboles de archivos informáticos para ordenar la documentación digital.
g) Se han aplicado las técnicas de archivo en los intercambios de información telemática
h) Se han reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación y detectado los errores que pudieran producirse en él.
i) Se han respetado los niveles de protección, seguridad y acceso a la información, así como la normativa vigente tanto en documentos físicos como en bases de datos informáticas.
j) Se han aplicado, en la elaboración y archivo de la documentación, las técnicas 3R

RA5. Reconoce necesidades de posibles clientes aplicando técnicas de comunicación.
Criterios de evaluación
a) Se han desarrollado técnicas de comunicación y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente en situaciones de atención/asesoramiento al mismo.
b) Se han identificado las fases que componen el proceso de atención al cliente/consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación.
c) Se han reconocido los errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente.
d) Se ha identificado el comportamiento del cliente.
e) Se han analizado las motivaciones de compra o demanda de un servicio del cliente.
f) Se ha obtenido, en su caso, la información histórica del cliente.
g) Se ha adaptado adecuadamente la actitud y discurso a la situación de la que se parte.
h) Se ha observado la forma y actitud adecuadas en la atención y asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado.
i) Se han distinguido las distintas etapas de un proceso comunicativo.

RA6. Atiende consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes aplicando la normativa vigente en materia de consumo.
Criterios de evaluación
a) Se han descrito las funciones del departamento de atención al cliente en empresas.
b) Se ha interpretado la comunicación recibida por parte del cliente.
c) Se han identificado los elementos de la queja/reclamación.
d) Se han reconocido las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/reclamaciones.
e) Se ha identificado y localizado la información que hay que suministrar al cliente.
f) Se han utilizado los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones.
g) Se ha cumplimentado, en su caso, un escrito de respuesta utilizando medios electrónicos u otros canales de comunicación.
h) Se ha reconocido la importancia de la protección del consumidor.
i) Se ha identificado la normativa en materia de consumo.
j) Se han diferenciado los tipos de demanda o reclamación.

RA7. Potencia la imagen de empresa reconociendo y aplicando los elementos y herramientas del marketing.
Criterios de evaluación
a) Se ha identificado el concepto de marketing.
b) Se han reconocido las funciones principales del marketing.
c) Se ha valorado la importancia del departamento de marketing.
d) Se han diferenciado los elementos y herramientas básicos que componen el marketing.
e) Se ha valorado la importancia de la imagen corporativa para conseguir los objetivos de la empresa.
f) Se ha valorado la importancia de las relaciones públicas y la atención al cliente para la imagen de la empresa.
g) Se ha identificado la fidelización del cliente como un objetivo prioritario del marketing.

RA8. Aplica procedimientos de calidad en la atención al cliente identificando los estándares establecidos.
Criterios de evaluación
a) Se han identificado los factores que influyen en la prestación del servicio al cliente.
b) Se han descrito las fases del procedimiento de relación con los clientes.
c) Se han descrito los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio.
d) Se ha valorado la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos.
e) Se han detectado los errores producidos en la prestación del servicio.
f) Se ha aplicado el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas.
g) Se ha explicado el significado e importancia del servicio post-venta en los procesos comerciales.
h) Se han definido las variables constitutivas del servicio post-venta y su relación con la fidelización del cliente.
i) Se han identificado las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio post-venta.
j) Se han descrito los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio post-venta, así como sus fases y herramientas.

5. CONTENIDOS

Para la consecución de los objetivos establecidos en el apartado anterior de esta programación se establecen los contenidos de la programación. Los contenidos son el medio para alcanzar los objetivos de la unidad.

5.1. SELECCIÓN DE CONTENIDOS

La Orden que desarrolla el título establece ocho grandes bloques de contenidos básicos que se relacionan con los resultados de aprendizaje como se observa en la siguiente tabla. Para el desarrollo de los contenidos básicos se han establecido ocho unidades didácticas que se distribuirán a lo largo del curso 2019/2020.

UNIDAD	TÍTULO	RA
0	Presentación del módulo	
1	Técnicas de comunicación empresarial	RA 1
2	La comunicación oral	RA 2
3	La comunicación telefónica	
4	La comunicación escrita	
5	Tratamiento de correspondencia y paquetería	RA 3
6	Comunicación y archivo	RA 4
7	La comunicación con el cliente	RA 5
8	Atención de quejas y reclamaciones	RA 6
9	Marketing empresarial	RA 7
7	Procesos de calidad en atención al cliente	RA 8

RELACIÓN ENTRE RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CONTENIDOS BÁSICOS

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	CONTENIDOS BÁSICOS
<p>RA1. Selecciona técnicas de comunicación, relacionándolas con la estructura e imagen de la empresa y los flujos de información existentes en ella.</p>	<p>Selección de técnicas de comunicación empresarial:</p> <ul style="list-style-type: none"> — Comunicación e información y comportamiento. Finalidad de la comunicación. — Elementos y barreras de la comunicación. — Criterios de empatía y principios básicos de la asertividad. — Las relaciones humanas y laborales en la empresa. — La organización empresarial. Organigramas. Concepto y clases de organigramas según su forma gráfica. — Principios de organización empresarial. Principios de organización vertical y horizontal. Principios de equilibrio de la organización. — Tipos de organización empresarial. Organización jerárquica, organización funcional, entre otros. — Departamentos y áreas funcionales tipo. Departamentalización por funciones, por clientes, geográfica, entre otros. Áreas funcionales básicas. — Funciones del personal en la organización. — Descripción de los flujos de comunicación. Comunicación ascendente, descendente y lateral. — La comunicación interna en la empresa, comunicación formal e informal. — La comunicación externa en la empresa. La publicidad y las relaciones públicas.
<p>RA2. Transmite información de forma oral, vinculándola a los usos y costumbres socio-profesionales habituales en la empresa.</p>	<p>Transmisión de comunicación oral en la empresa:</p> <ul style="list-style-type: none"> — Principios básicos en las comunicaciones orales. — Normas de información y atención oral, internas y externas. — Técnicas de comunicación oral, habilidades sociales y protocolo. — Clases de comunicación oral. — La comunicación no verbal. Elementos. — La comunicación verbal dentro del ámbito de la empresa. — La comunicación telefónica. Barreras y dificultades en la transmisión de la información. — El teléfono y su uso. La centralita. Uso del listín telefónico. Normas para hablar correctamente por teléfono. Uso del teléfono en la comunicación empresarial. — La informática en las comunicaciones verbales. — Comunicaciones en la recepción de visitas: acogida, identificación, gestión, despedida.

RESULTADO APRENDIZAJE	CONTENIDOS BÁSICOS
<p>RA3. Transmite información escrita, aplicando las técnicas de estilo a diferentes tipos de documentos propios de la empresa y de la Administración Pública.</p>	<p>Transmisión de comunicación escrita en la empresa:</p> <ul style="list-style-type: none"> — La comunicación escrita en la empresa. — Normas de comunicación y expresión escrita. Normas ortográficas, sintácticas y de léxico en la correspondencia comercial. — Características principales de la correspondencia comercial. — La carta comercial. Estructura. Estilos de la carta comercial. Clases de cartas comerciales. — Formatos tipo de documentos de uso en la empresa y en las Administraciones Públicas. — Medios y equipos ofimáticos y telemáticos. — El correo electrónico. Estructura y redacción. La recepción de la correspondencia. — Servicios de correos, circulación interna de correspondencia y paquetería. — Envío de correspondencia. — Procedimientos de registro de entrada y salida de correspondencia y paquetería. — Aplicación de procedimientos de seguridad y confidencialidad de la información. — Aplicación de las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).
<p>RA4. Archiva información en soporte papel e informático, reconociendo los criterios de eficiencia y ahorro en los trámites administrativos.</p>	<p>Archivo de la información en soporte papel e informático:</p> <ul style="list-style-type: none"> — Archivo de la información en soporte papel. Clasificación y ordenación de documentos. Clasificación de la información. Criterios de clasificación. Sistemas de clasificación. Normas de clasificación. Ventajas e inconvenientes. Técnicas de archivo. Naturaleza. Finalidad del archivo. Archivo de documentos. Captación, elaboración de datos y su custodia. Normas para el archivo. El libro de registro Sistemas de archivo. Convencionales. Por microfilme. Informáticos. Centralización o descentralización del archivo. El proceso de archivo. Confección y presentación de informes procedentes del archivo. — La purga o destrucción de la documentación. Confidencialidad de la información y documentación. — Archivo de la información en soporte informático: <ul style="list-style-type: none"> - Las bases de datos para el tratamiento de la información. - Estructura y funciones de una base de datos. - Procedimientos de protección de datos. - Archivos y carpetas. Identificación y organización. - Organización en carpetas del correo electrónico y otros sistemas de comunicación telemática

RESULTADO APRENDIZAJE	CONTENIDOS BÁSICOS
RA5. Reconoce necesidades de posibles clientes aplicando técnicas de comunicación.	<p>Reconocimiento de necesidades de clientes:</p> <ul style="list-style-type: none">— Concepto e identificación del cliente, el cliente interno, el cliente externo.— El conocimiento del cliente y sus motivaciones. Teorías de la motivación.— El comportamiento del consumidor. Modelos que explican el comportamiento del consumidor. Factores que determinan el comportamiento del consumidor. El proceso de decisión de compras.— Elementos de la atención al cliente, entorno, organización y empleados.— Fases de la atención al cliente, la acogida, el seguimiento, la gestión y la despedida.— La percepción del cliente respecto a la atención recibida.— La satisfacción del cliente. Factores de los que depende.— Los procesos en contacto con el cliente externo.
RA6. Atiende consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes aplicando la normativa vigente en materia de consumo.	<p>Atención de consultas, quejas y reclamaciones:</p> <ul style="list-style-type: none">— El departamento de atención al cliente. Funciones.— Valoración del cliente de la atención recibida, reclamación, queja, sugerencias, felicitación.— Elementos de una queja o reclamación.— Las fases de la resolución de quejas/reclamaciones.— Gestión reactiva de las reclamaciones Circuito de las reclamaciones. Organización del departamento.— Gestión reactiva de las reclamaciones La anticipación a los errores. El seguimiento de los clientes perdidos.— El consumidor. Derechos básicos. Derechos específicos.— Instituciones de consumo. Instituciones públicas. Organismos privados. Arbitraje.— Normativa en materia de consumo— Procedimiento de recogida de las reclamaciones y denuncias. Recepción, registro y acuse de recibo.— Tramitación y gestión. Tipos de demandas La hoja de reclamaciones.

RESULTADO APRENDIZAJE	CONTENIDOS BÁSICOS
RA7. Potencia la imagen de empresa reconociendo y aplicando los elementos y herramientas del marketing.	Potenciación de la imagen de la empresa: — Naturaleza y alcance del marketing. La imagen corporativa. Concepto de marketing. El departamento de marketing. Funciones. Los elementos del marketing. Producto, precio, distribución, promoción, logística, relación con los clientes, entre otros. — El marketing en la actividad económica, su influencia en la imagen de la empresa. — Políticas de comunicación. - La publicidad. Concepto, principios y objetivos. Tipos de publicidad. Publicidad ilícita. Medios, soportes y formas publicitarias. - Las relaciones públicas. Concepto. Actividades que desarrolla. - La Responsabilidad Social Corporativa. Concepto. Elementos. Ventajas. Valores agregados.
RA8. Aplica procedimientos de calidad en la atención al cliente identificando los estándares establecidos.	Aplicación de procedimientos de calidad en la atención cliente: — La calidad de servicio como elemento de la competitividad de la empresa. Concepto, factores que influyen. Actuación eficaz en el trato con el cliente. Servicio postventa. — Tratamiento de anomalías producidas en la prestación del servicio. — Procedimientos de control del servicio. La calidad del servicio. Los estándares de calidad del servicio La anticipación a los problemas. — Evaluación y control del servicio. — Control del servicio postventa. Procedimientos. Análisis de la información. La gestión de las relaciones con los clientes (CRM). — La fidelización del cliente. El plan de marketing relacional.

5.2. SECUENCIACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN DE CONTENIDOS

El módulo de comunicación empresarial y atención al cliente tiene una **duración de 160 horas distribuidas a razón de 5 horas semanales**. Las clases se impartirán con una duración de dos, dos y una hora, a lo largo de los tres trimestres del curso.

Nº	UNIDAD DIDÁCTICA	RA relacionado	Nº de sesiones	Trimestre
1	Técnicas de comunicación empresarial	RA 1	25	1º
2 y 3	La comunicación presencial y telefónica	RA 2	30	
4 y 5	La comunicación escrita y tratamiento de Correspondencia y Paquetería	RA 3	40	
6	Archivo y Paquetería	RA4	15	2º
7	La comunicación con el cliente	RA 5	15	3º
8	Atención de quejas y reclamaciones	RA6	10	
9	Marketing empresarial	RA 7	15	
7	Procesos de calidad en atención al cliente	RA 8	10	
TOTAL SESIONES			160 horas	

Para la secuenciación de los contenidos además de la normativa mencionada se han seguido unos criterios coherentes, lógicos y pedagógicos, basados en la importancia de las ideas previas, partiendo de lo más sencillo para alcanzar conocimientos más complejos, teniendo siempre en cuenta el contexto y nuestra experiencia docente.

Por su parte, la temporalización se ha llevado a cabo en base al calendario escolar para el curso 2020/2021 fijado por la Consejería de Educación en función al Decreto 301/2009, de 14 de julio, por el que se regula el calendario. Se ha realizado una estimación aproximada de trece semanas para el primer trimestre (65 horas) y doce

semanas para el segundo trimestre (60 horas) y siete semanas para el tercer trimestre (35 horas).

Esta temporalización, en todo caso, estará en función de la capacidad de aprendizaje y comprensión del alumnado, por lo que será **adaptada siempre a las necesidades del aula y al grado de consecución de los objetivos planteados.**

Hay que tener en cuenta que se puede perder un 6-8% de las sesiones debido a imprevistos, tales como días festivos, huelgas, actividades complementarias y extraescolares, etc.

Durante el presente curso escolar, 2020-21, y debido a las circunstancias especiales provocadas por la pandemia del COVID-19, se ha aprobado en claustro de inicio de curso la implantación de un sistema de semipresencialidad, de tal manera que se divide a los grupos incluidos en este sistema en dos subgrupos que asistirán a clases presenciales siguiendo la siguiente rutina:

SEMANA 1

Subgrupo 1: lunes, miércoles y viernes

Subgrupo 2: martes y jueves

SEMANA 2

Subgrupo 1: martes y jueves

Subgrupo 2: lunes, miércoles y viernes

De esta forma, cada dos semanas se cierra el ciclo de igualación en la carga lectiva para ambos subgrupos.

Los días que el alumnado de cada subgrupo no asista a clases presenciales, deberá seguir el módulo a través de cualquiera de las plataformas que el/la profesor/a haya decidido poner a su disposición a tal efecto (básicamente Moodle o Classroom), realizando todas las tareas propuestas y cumpliendo los plazos de entrega programados.

En el caso de que las circunstancias de la epidemia obligarán a priorizar contenidos básicos, se considerarán como tales los siguientes resultados de aprendizaje:

1. Selecciona técnicas de comunicación, relacionándolas con la estructura e imagen de la Empresa y los flujos de información existentes en ella.

2. Transmite información de forma oral, vinculándola a los usos y costumbres socio profesionales habituales en la empresa.
3. Transmite información escrita, aplicando las técnicas de estilo a diferentes tipos de documentos propios de la empresa y de la Administración Pública.
4. Archiva información en soporte papel e informático, reconociendo los criterios de eficiencia y ahorro en los trámites administrativos.
5. Reconoce necesidades de posibles clientes aplicando técnicas de comunicación.
6. Atiende consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes aplicando la normativa vigente en materia de consumo.
7. Potencia la imagen de empresa reconociendo y aplicando los elementos y herramientas del marketing.
8. Aplica procedimientos de calidad en la atención al cliente identificando los estándares establecidos.

5.3. EDUCAR EN VALORES

En conexión a los contenidos analizados en el apartado anterior deben tratarse temas transversales, en concreto vamos a fomentar la cultura andaluza y la igualdad entre hombres y mujeres.

- ✓ **La cultura andaluza:** Es uno de los temas transversales establecido en la normativa, queda recogido en el artículo 40 de la LEA. En nuestra cultura andaluza encontraremos una serie significativa de valores y actitudes dignos de ser fomentados. Las actividades llevadas a cabo son:
 - Visita a una empresa de la zona.
 - Ejemplos y casos prácticos con empresas andaluzas.
- ✓ **La Igualdad entre hombres y mujeres:** Se trata de evitar la discriminación en todos los terrenos por razón de sexo, desterrar mitos de hombres y mujeres, buscando la igualdad efectiva. Las actividades llevadas a cabo en relación a este tema:
 - Utilización de un lenguaje adecuado no sexista.
 - Participación en las actividades organizadas por el centro para el día 8 de marzo (Día Mundial de la Mujer Trabajadora).

6. METODOLOGÍA

La metodología que llevaremos a cabo no será un método único ni universal, sino que en base a los problemas que nos encontremos a la hora de enseñar iremos seleccionando el método más adecuado, buscando un equilibrio entre estrategias innovadoras, expositivas, de indagación, etc.

Además, nuestra metodología ha de entenderse como un modelo flexible que permitirá modificaciones a lo largo del curso si se pone de manifiesto su necesidad en el proceso de enseñanza-aprendizaje y en la evaluación continua.

6.1. PRINCIPIOS METODOLÓGICOS

- Se partirá de las capacidades actuales y de los conocimientos previos del alumno, evitando trabajar por encima de su desarrollo potencial.
- El alumno deberá ser el protagonista y el artífice de su propio aprendizaje. Se tratará de favorecer el aprendizaje significativo y se promoverá el desarrollo de la capacidad de “**aprender a aprender**”, intentando que el alumno adquiera procedimientos, estrategias y destrezas que favorezcan un aprendizaje significativo en el momento actual y que además le permitan la adquisición de nuevos conocimientos en el futuro y estimule su creatividad. Para llevar a cabo un aprendizaje significativo además de la evaluación inicial realizada a principios de curso, se llevará a cabo una evaluación inicial al comienzo de cada unidad didáctica para conocer exactamente el punto de partida de nuestro alumnado en esa unidad en concreto.
- Se propiciará una visión integradora y basada en la interdisciplinariedad, donde los contenidos se presentarán con una estructura clara, planteando las interrelaciones entre los distintos contenidos del mismo módulo y entre los de éste con los de otros módulos. En todas las unidades didácticas se incluyen un gran número de ejercicios prácticos diseñados de forma atractiva y cercanos a su realidad. Además, al finalizar cada unidad didáctica los

alumnos tendrán que realizar un trabajo relacionado y resumen de toda la materia estudiada en la unidad que tendrán que exponer o entregar al profesor según el tema a tratar.

- Hemos de intentar que el alumno reconozca el sentido y la funcionalidad de lo que aprende. Procuraremos potenciar la motivación intrínseca (gusto por la materia en sí misma porque las actividades que proponemos susciten su interés), acercando las situaciones de aprendizaje a sus inquietudes y necesidades y al grado de desarrollo de sus capacidades. Se utilizará, por lo tanto, una **metodología contextualizada** al entorno socioeconómico, al centro y al propio alumnado.
- La metodología a aplicar será **activa**, de manera que el alumno no sea únicamente receptor pasivo, sino que observe, reflexione, participe, investigue, construya, sea creativo, etc.
- Se fomentará el **trabajo grupal y colaborativo dentro del aula**, aprovechando los diferentes agrupamientos como recursos. El alumnado de Formación Profesional Inicial tendrá que enfrentarse al trabajo en equipo en el mundo laboral en un futuro cercano, por lo que se pretende capacitarlo para el trabajo en equipo.

6.2. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

- Estrategias expositivas. Se explicarán los contenidos más complejos para que el alumnado pueda resolver todas las dudas. Para realizar las exposiciones más atractivas se utilizarán herramientas TICS tales como Prezi, Powerpoint o infografías
- Juego de Rol o Role Playing. Es una metodología de aprendizaje activo en la cual se simula una situación que representa la vida real. Durante el juego de rol el alumnado asume el papel de un personaje y deben interactuar entre ellos. La simulación será una herramienta de gran utilidad.

- Aprendizaje por indagación. Pretende dar respuesta a problemas planteados en clase a través de la indagación. Dicha indagación será guiada por el profesor, se utilizarán herramientas como internet.

6.3. DESARROLLO METODOLÓGICO DE LOS CONTENIDOS

En cada una de las unidades de trabajo se podrán llevar a cabo diversas actividades (de desarrollo, recapitulación, refuerzo, ampliación, comprensión, consolidación, complementarias...) tanto individuales como de grupo de forma que el alumnado llegue a dominar los contenidos y alcanzar los objetivos.

- Actividades iniciales o de diagnóstico con el fin de conocer las ideas previas del alumnado e intentar detectar el interés y motivación por la materia. Se realizarán en la primera sesión de cada unidad didáctica.
- Actividades de desarrollo que nos permitan el aprendizaje de conceptos, procedimientos y actitudes. Se realizarán supuestos prácticos, tanto a nivel individual como grupal, por unidades didácticas.
- Actividades de síntesis o globalización que nos permitan sintetizar los contenidos estudiados. Antes de finalizar cada unidad didáctica se realizará una actividad integradora de la materia, consistirá en un trabajo final de cada unidad que partirá de la idea de crear una empresa y estará basado en toda la comunicación necesaria para esa empresa, desde protocolo de llamadas, de atención al cliente, modelos de cartas comerciales, etc.
- Actividades de evaluación, y actividades de recuperación orientadas a atender a aquellos alumnos que no han conseguido los conocimientos mínimos.
- Actividades de ampliación y refuerzo para aquellos alumnos que ya han alcanzado los objetivos previstos interesados en profundizar en la materia o bien aquellos alumnos que presenta un ritmo de aprendizaje menor. Por ejemplo, se facilitarán supuestos de mayor dificultad, búsqueda de información en Internet, mayor número de actividades con distintos niveles de dificultad, elaboración de esquemas y resúmenes de la materia, etc.

6.4. USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

El uso de la Tecnología de la Información y Comunicación en la educación es un recurso fundamental en la actualidad. El uso de la tecnología y sobretodo el buen uso de las mismas nos llevará a aprovechar las ventajas que existen tanto para el alumnado como para el profesor, entre las que cabe destacar el aumento de la motivación e intereses por parte del alumnado y el acceso a multitud de recursos didácticos.

Las herramientas utilizadas clasificadas según el uso principal son:

- Para la comunicación en interacción entre profesor y alumnado. IPasen es una plataforma tecnológica gratuita que permite interactuar alumnos y profesores en un entorno cerrado y privado. A través de esta plataforma se realizarán comunicaciones, se entregarán trabajos, etc. El alumnado tiene la posibilidad de descargar la app en su móvil.
- Para el desarrollo de contenidos. Se hará distinción entre recursos ya existentes como libros digitales, internet (páginas webs, simulaciones, etc.), enlaces a vídeos de youtube, etc. y material de elaboración propia. Se utilizarán herramientas como prezi o powerpoint para crear presentaciones dinámicas y atractivas, genially para crear infografías, quizlet o google drive para generar cuestionarios, Kahoot juego de preguntas, etc. En todas las unidades no se utilizarán todas las herramientas, se utilizarán las más adecuadas a los contenidos.
- Para el trabajo docente. Se utilizará una hoja de cálculo como cuaderno del profesor, para la planificación de clases, programación de aula, cuaderno de notas y como herramienta clave para la evaluación continua del alumnado.

7. RECURSOS

Para la selección de materiales y otros recursos didácticos hemos tenido en cuenta la adecuación al contexto educativo analizado en un apartado anterior, la coherencia con los contenidos y objetivos propuestos en nuestra programación, la correspondencia al nivel que impartimos grado medio y la adecuación a los criterios de evaluación que se

detallarán en el apartado siguiente. Se pueden resumir en recursos materiales impresos, audiovisuales e informáticos.

- El equipamiento normal de una de las aulas taller asignadas al ciclo.
- Libros especializados sobre los diferentes temas a que hace referencia el módulo. Usaremos como libro recomendado: Comunicación Empresarial y Atención al Cliente. Ed. McGraw Hill.
- Recursos digitales para el desarrollo de contenidos
- Cuaderno del profesor
- IPasen para la comunicación entre alumnado y profesor
- Equipos informáticos conectados a Internet.
- Aplica
- Aplicaciones informáticas de propósito general.
- Material de oficina (escritura, archivo, reproducción de documentos, etc.).
- Publicaciones periódicas de contenido general y de contenido especializado.
- Etc.

8. ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

Atender a la diversidad en la Formación Profesional es una capacidad que los docentes debemos desarrollar como indicador de la excelencia profesional y calidad docente. En nuestra evaluación inicial no hemos observado alumnado con necesidades específicas educativas, ahora bien, si existen diferentes capacidades e intereses y por lo tanto niveles de aprendizaje diferentes, para ello plantearemos actividades de ampliación y de refuerzo según presente mayor o menor ritmo de aprendizaje.

. En nuestra evaluación inicial hemos observado la existencia de diferentes capacidades e intereses y por lo tanto niveles de aprendizaje diferentes, para ello plantearemos actividades de ampliación y de refuerzo según presente mayor o menor ritmo de aprendizaje.

9. EVALUACIÓN

De la normativa detallada anteriormente, y en concreto de los artículos 2, 3 y 4 de la Orden de 29 de septiembre de 2010 y del artículo 51 del Real Decreto 1147/2001 se desprende que la evaluación del aprendizaje del alumnado será **continua, por módulos profesionales, objetiva, formativa y sumativa**.

Además, en base a la normativa anterior se realizarán las siguientes sesiones de evaluación:

- Una EVALUACIÓN INICIAL, que se realizará durante el primer mes desde el comienzo de las actividades lectivas.
- Tres EVALUACIONES PARCIALES, la última de las cuales se desarrollará en la última semana de mayo.
- Una EVALUACIÓN FINAL que se desarrollará con la finalización del régimen ordinario de clase.

9.1. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE DEL ALUMNADO

Se evaluará la consecución de los resultados de aprendizaje a través de los criterios de evaluación por parte del alumnado.

Los criterios de evaluación serán en todo momento el referente fundamental para realizar la evaluación del alumnado, que nos permitirán comprobar en qué grado y nivel se han alcanzado los resultados de aprendizaje del módulo.

Para dar respuesta a la pregunta cómo evaluar utilizaremos las técnicas de evaluación, siendo éstas de las más variadas posibles para que nos permitan contemplar el aprendizaje del alumnado.

Las técnicas que vamos a utilizar son la observación sistemática, análisis del trabajo realizado, los intercambios orales con el alumnado, etc. Dentro de estas técnicas plantearemos diferentes instrumentos que nos servirán para dar respuesta a con qué evaluar. Nuestra evaluación es continua y ello requiere la utilización de multitud de instrumentos de evaluación. En cada unidad didáctica se determinarán los instrumentos más adecuados según los contenidos.

El alumnado conocerá qué criterio se va a evaluar y qué instrumento se va a utilizar para ello. En el caso de las pruebas escritas, en cada una de ellas, se indicará por escrito el criterio/los criterios que se van a evaluar y su ponderación si procede.

Finalmente se plantearán, dependiendo de la técnica que vayamos a utilizar, y siempre apoyadas sobre algún instrumento, tres formas de evaluar: la autoevaluación (el alumno se evaluará a sí mismo); la coevaluación (se evaluarán entre los alumnos para favorecer el interés y la motivación de los mismos, al aumentar su grado de implicación) y la heteroevaluación (nosotros como docentes evaluaremos a los alumnos).

9.2. INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

Los instrumentos de evaluación son las técnicas, recursos o procedimientos utilizados para obtener información acerca de todos los factores que intervienen en el proceso formativo con la finalidad de poder llevar a cabo en cada momento la evaluación correspondiente.

Conviene poner de manifiesto que la elección de un instrumento u otro dependerá de las características de la información que es necesario obtener, en función de los aspectos a evaluar y del momento en que se lleve a cabo. Además, en cada unidad didáctica se determinarán los instrumentos más adecuados según los contenidos. Algunos instrumentos utilizados son:

- **Rúbricas para trabajos en clase**
- **Cuaderno del alumnado, seguimiento de clase**
- **Actividades en clase, participación**

- **Trabajo de casa**
- **Juegos de simulación/Role Play, como por ejemplo, llamadas telefónicas, protocolo de atención al cliente o escritos habituales en la empresa.**
- **Trabajos individuales o grupales al finalizar cada unidad didáctica y que tendrán que exponer en clase.**
- **Pruebas objetivas. Las pruebas escritas consistirán preguntas cortas de desarrollo y casos prácticos o resolución de situaciones reales.**

9.3. LA CALIFICACIÓN

La evaluación conllevará una calificación que reflejará los resultados obtenidos por el alumnado en el proceso de enseñanza-aprendizaje. Nuestra calificación se expresará en valores numéricos de 1 a 10, sin decimales. Se consideran positivas las iguales o superiores a 5 y negativas las restantes, tal y como se indica en la normativa. En el caso de la evaluación inicial no se realizará calificación numérica, será cualitativa.

Para superar el módulo el alumnado debe superar todos los resultados de aprendizaje. Y los resultados de aprendizaje serán alcanzados cuando obtenga un cinco o más en la media de los criterios de evaluación. La calificación de cada resultado de aprendizaje se obtendrá de la media obtenida de los criterios de evaluación establecidos en nuestra Orden.

Por otra parte, y de manera general podemos indicar que para el cálculo de la calificación de cada resultado de aprendizaje **el peso de las pruebas objetivas tendrán un peso del 60% y la entrega y presentación del trabajos, ejercicios prácticos, participación, actividades en clase un 40% de la nota final.**

El alumnado obtendrá una calificación positiva en cada una de las evaluaciones parciales siempre que supere todos los resultados de aprendizaje asociados a la

evaluación. Si el alumnado supera todos los resultados de aprendizaje terminados en ese trimestre, la nota de esa evaluación parcial será la media ponderada de los resultados de aprendizaje correspondientes.

En cuanto a la evaluación final, su calificación será el resultado de realizar la media ponderada de los resultados de aprendizaje, siempre y cuando, todos hayan obtenido al menos una media de cinco.

Comunicación empresarial y atención al cliente

RA	UD	TEMÁTICA	HORAS	PONDERACIÓN	TRIMESTRE
1	1	Técnicas de comunicación empresarial	25	15%	1 ^{er} Trimestre
2	2 y 3	La comunicación oral	30	20%	
TOTAL 1 ^a EVALUACIÓN			55	35%	
3	4 y 5	La comunicación escrita	40	25%	2 ^o Trimestre
4	6	Comunicación y archivo	15	10%	
5	7	La comunicación con el cliente	15	10%	
TOTAL 2 ^a EVALUACIÓN			70	45%	
6	8	Atención de quejas y reclamaciones	10	5%	3 ^{er} Trimestre
7	9	Marketing empresarial	15	10%	
8	7	Procesos de calidad en atención al cliente	10	5%	
TOTAL 3 ^a EVALUACIÓN			35	20%	
EVALUACIÓN FINAL			128	100%	

UNIDADES DIDÁCTICAS	R. A.	CRITERIOS DE EVALUACIÓN (CE)	BAREMO CE	BAREMO RA
<p>1. Técnicas de comunicación empresarial</p> <ul style="list-style-type: none"> • La comunicación. Elementos y barreras de la comunicación. Comunicación e información. • La organización empresarial. Organigramas. Principios y tipos de organización empresarial. • Los departamentos y áreas funcionales tipo. Funciones del personal de la organización. • Tipos de comunicación en la empresa. La comunicación interna en la empresa: comunicación formal e informal. La comunicación externa en la empresa. La publicidad y las relaciones públicas. 	RA 1	<p>a) Se ha reconocido la necesidad de comunicación entre las personas.</p> <p>b) Se ha distinguido entre comunicación e información.</p> <p>c) Se han distinguido los elementos y procesos que intervienen en la comunicación.</p> <p>d) Se han reconocido los obstáculos que pueden existir en un proceso de comunicación.</p> <p>e) Se ha determinado la mejor forma y actitud a la hora de presentar el mensaje.</p> <p>f) Se han identificado los conceptos de imagen y cultura de la empresa.</p> <p>i) Se ha seleccionado el destinatario y el canal adecuado para cada situación.</p>	40%	15%
		<p>g) Se han diferenciado los tipos de organizaciones y su organigrama funcional.</p>	30%	
		<p>h) Se han distinguido las comunicaciones internas y externas y los flujos de información dentro de la empresa.</p>	30%	

UNIDADES DIDÁCTICAS	RA	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	BAREMO CE	BAREMO RA
2 y 3.La comunicación oral <ul style="list-style-type: none"> • Principios básicos en las comunicaciones orales. • Canales de comunicación oral • Normas de información y atención oral. La imagen personal en la transmisión dela comunicación • Técnicas de comunicación oral, habilidades sociales y protocolo. • La comunicación no verbal. La comunicación verbal dentro del ámbito de la empresa. • La comunicación telefónica. El teléfono y su uso. Normas para hablar correctamente por teléfono. • La informática en las comunicaciones verbales. • Comunicaciones en la recepción de visitas: acogida, identificación, gestión, despedida. 	2	a) Se han identificado los principios básicos a tener en cuenta en la comunicación verbal. b) Se ha identificado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales. c) Se han tenido en cuenta las costumbres socioculturales y los usos empresariales. d) Se ha identificado al interlocutor, observando las debidas normas de protocolo, adaptando su actitud y conversación a la situación de la que se parte. e) Se ha elaborado el mensaje verbal, de manera concreta y precisa, valorando las posibles dificultades en su transmisión. f) Se ha utilizado el léxico y expresiones adecuados al tipo de comunicación y a los interlocutores. g) Se ha presentado el mensaje verbal elaborado utilizando el lenguaje no verbal más adecuado.	50%	20%
		h) Se han utilizado equipos de telefonía e informáticos aplicando las normas básicas de uso. i) Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y sensibilidad. j) Se han analizado los errores cometidos y propuesto las acciones correctivas necesarias.	50%	

UNIDADES DIDÁCTICAS	RA	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	BAREMO CE	BAREMO RA
<p>4 y 5.La comunicación escrita</p> <ul style="list-style-type: none"> • La comunicación escrita en la empresa. • Normas de comunicación y expresión escrita. • La carta comercial. Estructura, estilos y clases. • Formatos tipo de documentos de uso en la empresa y en las Administraciones Públicas. • Medios y equipos ofimáticos y telemáticos. El correo electrónico. • La recepción, envío y registro de la correspondencia. Servicios de correos, circulación interna de correspondencia y paquetería. 	<p>3</p>	<p>a) Se han identificado los soportes para elaborar y transmitir los documentos: tipo de papel, sobres y otros. b) Se han identificado los canales de transmisión: correo convencional, correo electrónico, fax, mensajes cortos o similares. c) Se han diferenciado los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad, y confidencialidad. d) Se ha identificado al destinatario observando las debidas normas de protocolo. e) Se han clasificado las tipologías más habituales de documentos dentro de la empresa según su finalidad. f) Se ha redactado el documento apropiado, cumpliendo las normas ortográficas y sintácticas en función de su finalidad y de la situación de partida. g) Se han identificado las herramientas de búsqueda de información para elaborar la documentación. h) Se han utilizado las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos o autoedición. i) Se han cumplimentado los libros de registro de entrada y salida de correspondencia y paquetería en soporte informático y/o convencional. j) Se ha utilizado la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos establecidos para las empresas e instituciones públicas y privadas. k) Se han aplicado, en la elaboración de la documentación, las técnicas 3R</p>	<p>50%</p> <p>50%</p>	<p>25%</p>

UNIDADES DIDÁCTICAS	RA	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	BAREMO CE	BAREMO RA
5 y 6 Comunicación y archivo <ul style="list-style-type: none"> • El archivo. Concepto y finalidad • Tipos de archivos empresariales. Sistemas de archivo. Convencionales. Informáticos. • Clasificación de la información. • Centralización o descentralización del archivo. • La purga o destrucción de la documentación. Confidencialidad de la información y documentación. • Archivo de la información en soporte informático: Las bases de datos para el tratamiento de la información. Estructura y funciones de una base de datos. • Procedimientos de protección de datos. Archivos y carpetas. Organización en carpetas del correo electrónico y otros sistemas de comunicación telemática. 	4	a) Se ha descrito la finalidad de organizar la información y los objetivos que se persiguen. b) Se han diferenciado las técnicas de organización de información que se pueden aplicar en una empresa o institución, así como los procedimientos habituales de registro, clasificación y distribución de la información en las organizaciones. e) Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiados al tipo de documentos.	40%	10%
		c) Se han identificado los soportes de archivo y registro y las prestaciones de las aplicaciones informáticas específicas más utilizadas en función de las características de la información a almacenar. d) Se han identificado las principales bases de datos de las organizaciones, su estructura y funciones f) Se han realizado árboles de archivos informáticos para ordenar la documentación digital. g) Se han aplicado las técnicas de archivo en los intercambios de información telemática	40%	
		h) Se han reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación y detectad los errores que pudieran producirse en él. i) Se han respetado los niveles de protección, seguridad y acceso a la información, así como la normativa vigente tanto en documentos físicos como en bases de datos j) Se han aplicado, en la elaboración y archivo de la documentación, las técnicas 3R	20%	

UNIDADES DIDÁCTICAS	RA	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	BAREMOS CE	BAREMO RA
<p>7.La comunicación con el cliente</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reconocimiento de necesidades de clientes: • Concepto e identificación del cliente: el cliente interno; el cliente externo. • El conocimiento del cliente y sus motivaciones. • Fases de la atención al cliente: la acogida, el seguimiento, la gestión y la despedida. • La percepción del cliente respecto a la atención recibida. La satisfacción del cliente. • Los procesos en contacto con el cliente externo. • Atención de consultas, quejas y reclamaciones: El departamento de atención al cliente. 	5	<p>a) Se han desarrollado técnicas de comunicación y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente en situaciones de atención/asesoramiento al mismo.</p> <p>b) Se han identificado las fases que componen el proceso de atención al cliente/consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación.</p> <p>c) Se han reconocido los errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente.</p> <p>i) Se han distinguido las distintas etapas de un proceso comunicativo</p>	50%	10%
		<p>d) Se ha identificado el comportamiento del cliente.</p> <p>e) Se han analizado las motivaciones de compra o demanda de un servicio del cliente.</p> <p>f) Se ha obtenido, en su caso, la información histórica del cliente.</p> <p>g) Se ha adaptado adecuadamente la actitud y discurso a la situación de la que se parte.</p> <p>h) Se ha observado la forma y actitud adecuadas en la atención y asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado.</p>	50%	

UNIDADES DIDÁCTICAS	RA	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	BAREMO CE	BAREMO RA
<p>8. Atención de quejas y reclamaciones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Valoración del cliente de la atención recibida: reclamación, queja, sugerencias, felicitación. • Elementos de una queja o reclamación. Las fases de la resolución de quejas/reclamaciones. • El consumidor. Instituciones de consumo: Normativa en materia de consumo: • Procedimiento de recogida de las reclamaciones y denuncias. Tramitación y gestión. 	6	<p>a) Se han descrito las funciones del departamento de atención al cliente en empresas.</p> <p>b) Se ha interpretado la comunicación recibida por parte del cliente.</p> <p>c) Se han identificado los elementos de la queja/reclamación.</p> <p>d) Se han reconocido las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/reclamaciones.</p> <p>e) Se ha identificado y localizado la información que hay que suministrar al cliente.</p>	30%	5%
		<p>f) Se han utilizado los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones.</p> <p>g) Se ha cumplimentado, en su caso, un escrito de respuesta utilizando medios electrónicos u otros canales de comunicación.</p> <p>h) Se ha reconocido la importancia de la protección del consumidor.</p> <p>i) Se ha identificado la normativa en materia de consumo.</p> <p>j) Se han diferenciado los tipos de demanda o reclamación.</p>	70%	

UNIDADES DIDÁCTICAS	RA	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	BAREMO CE	BAREMO RA
9. Marketing empresarial <ul style="list-style-type: none"> El marketing en la actividad económica: su influencia en la imagen de la empresa. Naturaleza y alcance del marketing. Políticas de comunicación. La publicidad: Concepto, principios y objetivos. Las relaciones públicas. La Responsabilidad Social Corporativa 	7	a) Se ha identificado el concepto de marketing. b) Se han reconocido las funciones principales del marketing. c) Se ha valorado la importancia del departamento de marketing. d) Se han diferenciado los elementos y herramientas básicos que componen el marketing.	50%	10%
		e) Se ha valorado la importancia de la imagen corporativa para conseguir los objetivos de la empresa. f) Se ha valorado la importancia de las relaciones públicas y la atención al cliente para la imagen de la empresa. g) Se ha identificado la fidelización del cliente como un objetivo prioritario del marketing.	50%	

UNIDADES DIDÁCTICAS	RA	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	BAREMO CE	BAREMO RA
<p>9. Procesos de calidad en atención al cliente</p> <ul style="list-style-type: none"> • La calidad de servicio como elemento de la competitividad de la empresa. • Tratamiento de anomalías producidas en la prestación del servicio. • Procedimientos de control del servicio. Evaluación y control del servicio. • Control del servicio postventa. • La fidelización del cliente. 	7	<p>a) Se han identificado los factores que influyen en la prestación del servicio al cliente. b) Se han descrito las fases del procedimiento de relación con los clientes. c) Se han descrito los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio. d) Se ha valorado la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos. e) Se han detectado los errores producidos en la prestación del servicio. f) Se ha aplicado el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas. g) Se ha explicado el significado e importancia del servicio post- venta en los procesos comerciales. h) Se han definido las variables constitutivas del servicio post- venta y su relación con la fidelización del cliente. i) Se han identificado las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio post- venta. j) Se han descrito los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio post-venta, así como sus fases y herramientas.</p>	100%	5%

9.4. RECUPERACIÓN O MEJORA DE RESULTADOS

El alumnado que no haya superado algún resultado de aprendizaje tendrá derecho a realizar un prueba de recuperación del o de los resultados de aprendizaje suspensos en el trimestre, prueba que se realizará después de la entrega de calificaciones del trimestre.

Aquellos alumnos/as que no han superado finalmente algún resultado de aprendizaje o bien deseen mejorar los resultados obtenidos hasta la fecha, tendrán la obligación, desde la finalización de la 3ª evaluación parcial y hasta la fecha de realización de la evaluación final, de:

- Asistir a clase y continuar con las actividades lectivas hasta la fecha de finalización del régimen ordinario de clase.
- Entregar adecuadamente, el alumnado suspenso, todas las actividades y trabajos propuestos durante el curso.
- Realizar actividades de refuerzo del módulo.
- Realizar actividades de ampliación, el alumnado que desee mejorar los resultados obtenidos en el módulo.
- Superar, tanto el alumnado suspenso como el que quiera subir nota, una prueba objetiva de contenidos específica para cada uno.

Dado que este ciclo formativo se imparte en la modalidad presencial, la aplicación del proceso de evaluación continua requiere del alumnado la asistencia regular a las clases y su participación en las actividades programadas para los distintos módulos profesionales.

9.5. SEGUIMIENTO Y REVISIÓN DE LA PROGRAMACIÓN

De acuerdo con lo establecido en la Circular de 3 de Septiembre de 2020, de la Viceconsejería de Educación y Deporte, relativa a medidas de flexibilización curricular y organizativas para el curso escolar 2020/2021, y habiendo decidido el Claustro del I.E.S. Beatriz de Suabia, reunido el 14 de septiembre, implantar la docencia semipresencial para el curso 2020/2021 mientras persista la actual situación sanitaria, para, entre otras etapas educativas, la Formación Profesional Inicial, el Departamento adaptará la evaluación del proceso de enseñanza-aprendizaje de la siguiente forma:

En el supuesto de que la autoridad competente determinará la suspensión de la actividad lectiva presencial al alumnado afectado por la presente programación, la evaluación se adaptará a la modalidad a distancia de la siguiente forma:

- Las pruebas objetivas y las actividades y supuestos prácticos evaluables se realizarán de forma telemática mediante las herramientas telemáticas que se consideren adecuadas (como las previstas para ello en las plataformas educativas Moodle y Google Classroom, autorizadas para el uso académico por la Consejería de Educación de la Junta de Andalucía, u otras herramientas a criterio del docente).
- Se respetará en todo caso la evaluación criterial, y la ponderación a través de los instrumentos de evaluación descritos en la presente programación, si bien, la evaluación se ceñirá a los resultados de aprendizaje y los criterios de evaluación imprescindibles.

La programación se verá principalmente afectada en la metodología, en el proceso de evaluación y en la introducción de la posibilidad de enseñanza telemática, en caso de confinamiento decretado por la autoridad competente.

Esta programación será revisable en cualquier momento del curso académico, y se completará con una programación de aula, donde se recoja el desarrollo de las diferentes Unidades Didácticas que establecidas en la Programación.