

DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN

FLEXIBILIZACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA DEL MÓDULO PROFESIONAL COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE

Como consecuencia de las **Instrucciones de 23 de Abril de 2020 de la Viceconsejería de Educación y Deporte, relativa a las medidas educativas a adoptar en el tercer trimestre del curso 2019/2020** y de las **Circular de 2 de Abril de 2020 de la Dirección General de Ordenación y Evaluación Educativa relativa a los procesos de enseñanza aprendizaje y de evaluación en los centros docentes andaluces**, el Departamento Didáctico se reúne de manera telemática el día 29 de abril de 2020 para efectuar la flexibilización de las programaciones didácticas de las materias del departamento a la enseñanza no presencial. En todo caso, los elementos del currículo referentes a objetivos, competencias clave, criterios de evaluación y estándares de aprendizaje evaluables se trabajarán atendiendo a las especiales circunstancias de la teleformación.

| MÓDULO: COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE |
|---|
| CONTENIDOS RELEVANTES Y TEMPORALIZACIÓN |
| <p>CONTENIDOS RELEVANTES 1ª EVALUACIÓN</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. <ul style="list-style-type: none"> - Principios de organización vertical y horizontal. - Principios de equilibrio de la organización. — Tipos de organización empresarial. <ul style="list-style-type: none"> - Organización jerárquica, organización funcional, entre otros. — Departamentos y áreas funcionales tipo. <ul style="list-style-type: none"> - Departamentalización por funciones, por clientes, geográfica, entre otros. - Áreas funcionales básicas. — Funciones del personal en la organización. — Descripción de los flujos de comunicación. <ul style="list-style-type: none"> - 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>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. <p>CONTENIDOS RELEVANTES 2º EVALUACIÓN</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).

CONTENIDOS RELEVANTES 3ª EVALUACIÓN

Archivo de la información en soporte papel e informático:

- 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.
 - Confeción 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:
 - 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

Reconocimiento de necesidades de clientes:

- 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 compra
- 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.

Atención de consultas, quejas y reclamaciones:

- 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.

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. Aplicación de procedimientos de calidad en la atención al 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.

TEMPORALIZACIÓN

La temporalización se adaptará al tipo de actividades que realice el alumno en función de su situación, es decir, de la superación de las evaluaciones pendientes

METODOLOGÍA

Incluyendo las estrategias de andamiaje utilizadas, tales como: plataformas Moodle, PASEN, Classroom, ejemplos, guías, tutorías telefónicas, video tutoriales, videoconferencias, etc. Es preciso puntualizar que se debe favorecer el aprendizaje autónomo, y de ahí la necesidad de ofrecer estrategias basadas en el apoyo visual y en la ejemplificación de tareas ya finalizadas.

Para adecuar la programación didáctica a la diversidad se diseñarán e implementarán diferentes estrategias en los procesos de enseñanza-aprendizaje:

- Actividades que tengan diferentes grados de realización y dificultad.
- Actividades diversas para trabajar un mismo contenido.
- Actividades de refuerzo para afianzar el logro de los objetivos que se han considerado mínimos y prioritarios.
- Actividades que permitan diferentes posibilidades de ejecución.
- Actividades de libre ejecución por parte del alumnado según sus intereses.
- Actividades que faciliten la manipulación y tengan aplicación en la vida cotidiana.

Teniendo en cuenta esto las actividades se organizarán en:

1º) **RECUPERACIÓN Y/O REFUERZO:** Para aquellos alumnos que tengan suspensas la primera y/o la segunda evaluación en las que se trabajarán los contenidos relevantes de cada módulo profesional con un plan individualizado (Plan de recuperación)

2º) **ACTIVIDADES DE CONTINUIDAD:** Para aquellos alumnos que tengan aprobadas la primera y la segunda evaluación o que las recuperen mediante las actividades de recuperación y/o refuerzo, trabajando los contenidos señalados como relevantes en la tercera evaluación para cada módulo (Plan de continuidad)

PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN

Durante la tercera evaluación se van a utilizar los siguientes instrumentos de calificación:

- **TAREAS ONLINE**, que serán enviadas por medios telemáticos y el alumnado las devolverá resueltas por los mismos medios. **CUESTIONARIOS ENVIADOS A LOS ALUMNOS PARA SU RESOLUCIÓN EN CASA Y SU DEVOLUCIÓN A LOS PROFESORES PARA COMPROBARLOS Y EVALUARLOS, ASISTENCIA A LAS CLASES ONLINE QUE SE VAN IMPARTIENDO YA SEA POR ORDENADOR, TELÉFONO, CORREO ELECTRÓNICO, O CUALQUIER OTRO MEDIO POR EL QUE SEA VIABLE LA COMUNICACIÓN, GUIAS Y TUTORIALES QUE SE CREAN CONVENIENTES PARA LA MEJOR COMPRENSIÓN DE LOS CONTENIDOS.** Estos tendrán una **ponderación del 50%**.
- **PRUEBAS ESCRITAS PRESENCIALES o pruebas escritas u orales online sobre todos los contenidos vistos. Su ponderación será del 50%**
Si las clases presenciales se reanudan a tiempo, o como parece más probable a través de plataformas online tipo Moodle, Zoom etc. Si se reanudan las clases presenciales se dedicarán unos días para repasar las dudas sobre los contenidos vistos en el periodo de suspensión de clases presenciales, de no ser posible presencialmente, esto se hará a través de medios audiovisuales, como las citadas plataformas, videoconferencias, correos electrónicos, etc.

La calificación de todos estos ítems, no dependerá sólo de su entrega, sino que se tendrán en cuenta la correcta realización de los mismos, en forma y plazo. Además la no entrega de tareas (o no en plazo), o la no realización de las pruebas solicitadas, supondrá la no evaluación de uno o varios criterios de evaluación asociados a ellas, lo que equivaldrá a la no superación de su resultado de aprendizaje adscrito y su imposibilidad de superar el módulo.

CALIFICACIÓN:

El alumnado que por tener suspensas la 1ª y/o la 2ª evaluación no realiza el Plan de Continuidad, realizará el Plan de Recuperación y será esta nota la que aparezca en la Tercera Evaluación.

Para el alumnado que realice el Plan de Continuidad en el Tercer Trimestre, en la Tercera Evaluación se recogerá la calificación obtenida por el alumno en las tareas realizadas a lo largo del dicho trimestre, siendo estas calificadas de "0" a "10". De esta calificación el diez por ciento se le sumará a la media obtenida de la 1ª y 2ª evaluación, siendo esta suma la nota de la Evaluación Ordinaria.

Bailén, a 3 de abril de 2020



| | | | |
|---------------------|----------------------------------|---|---------------------|
| VERIFICACIÓN | nNVKfX5oQYXYLaXc/kcEVzJLYdAU3n8j | https://www.juntadeandalucia.es/educacion/verificafirma/ | PÁGINA 4/5 |
| REYES LIGERO, MARÍA | Coord. 6D, 1D Nº.Ref: 0051104 | | 14/05/2020 19:38:28 |

Fdo.: Inmaculada Tiscar
Navarrete

| | | | |
|--|----------------------------------|---|---------------------|
| VERIFICACIÓN | nNVKfx5oQYXYLaXc/kcEVzJLYdAU3n8j | https://www.juntadeandalucia.es/educacion/verificafirma/ | PÁGINA 5/5 |
| REYES LIGERO, MARÍA | Coord. 6D, 1D Nº.Ref: 0051104 | | 14/05/2020 19:38:28 |
|  | | | |