



**COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL  
CLIENTE**

**C.F.G.M. GESTIÓN ADMINISTRATIVA**

**CURSO 2021-2022**

**1º CURSO**

**Profesora: Ariadna Moscoso Jiménez**

# ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. Introducción: Justificación y Fundamentación .....	3
2. Contextualización.....	5
2.1 Características del Módulo Profesional.....	5
2.2 Contextualización al Centro y al Proyecto Educativo .....	6
2.3 Contextualización al Alumnado .....	7
2.4 Contextualización al Entorno Productivo .....	8
3. Resultados de Aprendizaje y Criterios de Evaluación .....	9
4. Objetivos Generales del Módulo .....	13
5. Contenidos del Módulo para el Curso .....	14
6. Contenidos Transversales E interdisciplinariedad.....	17
7. Competencias Profesionales, Personales y Sociales del Módulo .....	19
8. Metodología.....	20
8.1. Principios Metodológicos. Opción metodológica para el desarrollo del proceso de enseñanza-aprendizaje.....	20
8.2. Ejercicios, Actividades y Tareas. Contribución a las Competencias Profesionales, Personales y Sociales. ....	21
8.3. Actividades Complementarias .....	22
8.4. Materiales y recursos didácticos.....	24
9. Evaluación .....	25
10. Atención Educativa Ordinaria. Medidas Generales de Atención a la diversidad .....	30
11. Atención Educativa Diferente a la ordinaria. Medidas y Recursos Específicos de Atención a la Diversidad. Respuesta Educativa al Alumnado con Necesidades Específicas de Apoyo Educativo .....	31
12. Normativa .....	32
13. Secuenciación de Unidades Didácticas .....	33

Entregar a:

Jefa/e de departamento → Jefatura estudios

Página 2 de 43

# 1. INTRODUCCIÓN: JUSTIFICACIÓN Y FUNDAMENTACIÓN

La planificación en el ámbito educativo es vital, reflejándose ésta en la programación didáctica, la cual no es un mero trámite administrativo ni un elemento estándar, genérico e impersonal para el docente. Gimeno Sacristán (2011) la define como *“un documento en el que se prevé por anticipado la acción docente debidamente justificada: saber que se hará, cómo y por qué se hará, etc”*. Por tanto, su finalidad es la de planificar, concretar y secuenciar el proceso de enseñanza y aprendizaje para:

- La consecución de los resultados de aprendizaje y los objetivos generales del módulo.
- La adquisición de las competencias profesionales, personales y sociales relacionadas con el módulo de la programación.
- La contribución a la adquisición del perfil profesional (que incluye, de acuerdo art.7 del Real Decreto 1147/2011, la competencia general, las competencias profesionales, personales y sociales y las cualificaciones profesionales y las unidades de competencia).

En la programación didáctica (tanto en el segundo como en el tercer nivel) se concretan y secuencian los diferentes elementos curriculares:

1. **Resultados de Aprendizaje.** Concreta lo que el alumnado debe saber, comprender y saber hacer en cada módulo.
2. **Criterios de Evaluación.** Consiste en la valoración del grado de consecución de los resultados de aprendizaje.
3. **Objetivos y Contenidos.** Hace referencia a ¿Qué enseñar? Intenciones educativas reguladas en los resultados de aprendizaje.
4. **Competencias profesionales, personales y sociales.** La capacidad para aplicar de forma integrada los diversos conocimientos a situaciones, contextos y funciones relacionadas con a actividad profesional y la competencia general.
5. **Metodología Didáctica,** referente a la forma de abordar y organizar los ejercicios, actividades y tareas, el espacio, tiempo, agrupamientos, materiales y recursos y, en general, el trabajo para la enseñanza y el aprendizaje.
6. **Atención a las Necesidades Específicas de Apoyo Educativo.** La programación será abierta y flexible y atenderá a la diversidad de necesidades educativas.



1<sup>er</sup> nivel: CURRÍCULO. R.D.1631/2009, de Técnico en Gestión Administrativa. Orden de 21 de febrero de 2011.

2<sup>o</sup> nivel: PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA: Departamentos. (Decreto 327/2.010). Adaptación a la realidad del Centro.

3<sup>er</sup> nivel: PROGRAMACIÓN DE AULA (UU.DD.): Profesores y profesoras. Adecuación al aula.

Entregar a:

Jefa/e de departamento → Jefatura estudios

Página 3 de 43

Al igual que el resto de etapas educativas, la programación educativa en la Formación Profesional se estructura en **tres niveles de concreción curricular**:

- 1) **Currículo.** Es el marco normativo, responsabilidad de la Administración Educativa.  
**La norma curricular aplicable al módulo de “Comunicación Empresarial y Atención al Cliente”, dirigido al primer curso del Título de Técnico en Gestión Administrativa, de esta programación es la siguiente:**
  - [Real Decreto 1631/2009](#), de 30 de octubre, por el que se establece el Título de Técnico en Gestión Administrativa y se fijan sus enseñanzas mínimas. (BOE 01-12-20009).
  - [Orden de 21 de febrero de 2011](#), por la que se desarrolla el currículo correspondiente al Título de Técnico en Gestión Administrativa. (BOJA 18-03-2011).
  
- 2) **Programación didáctica.** Consiste en la concreción del currículo al centro educativo, a su contexto específico. Se elabora por parte de los departamentos didácticos y se incluye en el Proyecto Educativo de Centro. En este nivel de concreción se desarrolla la primera parte de la programación para este módulo.
  
- 3) **Unidades de Trabajo.** Es la concreción y secuenciación del currículo a nivel de aula. Concreta los elementos curriculares y la aplicación o trasposición didáctica a través de los ejercicios, actividades y tareas profesionales, personales y sociales a desarrollar en el aula.

Entregar a:	Página 4 de 43
Jefa/e de departamento → Jefatura estudios	

## 2. CONTEXTUALIZACIÓN

Contextualizar consiste en **adaptar el proceso de enseñanza-aprendizaje a las diferentes coyunturas geográficas, históricas y sociales.**

Para programar este módulo se han tenido en cuenta varios aspectos:

### 2.1 Características del Módulo Profesional

DATOS DE REFERENCIA DEL MÓDULO PROFESIONAL	
DATOS	DESCRIPCIÓN DEL MÓDULO "COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE"
IDENTIFICACIÓN	<ul style="list-style-type: none"><li>• Código/Módulo Profesional: 0437</li><li>• Familia Profesional: Administración y Gestión</li><li>• Título: Técnico en Gestión Administrativa</li><li>• Grado: Medio</li></ul>
DISTRIBUCIÓN HORARIA	<ul style="list-style-type: none"><li>• Curso: 1º</li><li>• Horas: 160</li><li>• Horas semanales: 5</li></ul>
TIPOLOGÍA DE MÓDULO	<ul style="list-style-type: none"><li>• Asociado a la Unidad de Competencia: UC0975_2: "Recepcionar y procesar las comunicaciones internas y externas". UC0978_2: "Gestionar el archivo en soporte convencional e informático".</li></ul>
BREVE SÍNTESIS DEL MÓDULO	<ul style="list-style-type: none"><li>• Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar las funciones relacionadas con la comunicación de la empresa, como son, entre otras: Recepción de visitas y atención telefónica: recepción, tramitación y gestión de la documentación; atención al cliente/usuario; elaboración, registro y archivo de documentación; tramitación de reclamaciones y denuncias; aplicación de las técnicas de marketing como medio de potenciación de la imagen de la empresa.</li></ul>

El módulo **Comunicación Empresarial y Atención al Cliente** es un módulo profesional que contribuye a la adquisición:

a) De la Competencia General del título de Técnico en Gestión Administrativa

La **competencia general** establece los requerimientos generales de cualificación profesional del sistema educativo para este técnico. **Describe las funciones profesionales más significativas del título, tomando como referencia el conjunto de cualificaciones y unidades de competencias.**

Los requerimientos generales de cualificación profesional del sistema productivo para este técnico según el **Real Decreto 1631/2009, de 30 de octubre, por el que se establece el Título de Técnico en Gestión Administrativa y se fijan sus enseñanzas mínimas**, establecen que la **COMPETENCIA GENERAL** para este título consiste en:

Entregar a:

Jefa/e de departamento → Jefatura estudios

*“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 las normas de prevención de riesgos laborales y protección ambiental”.*

## **2.2 Contextualización al Centro y al Proyecto Educativo**

El actual modelo curricular, abierto y flexible, posibilita adecuar la programación didáctica a contextos educativos teniendo en cuenta las características del entorno del centro y de los alumnos.

### **a) Localización Geográfica**

El IES María Bellido se encuentra ubicado en la localidad de Bailén. Situada en el cuadrante noroccidental de la provincia, posee una superficie de 117,14Km<sup>2</sup>, se encuentra a 348m de altitud y a una distancia de la capital de la provincia de 39 Km. El acceso a la población se realiza a través de la autovía de Andalucía A-4, y las autovías A-32 de Córdoba – Valencia y A-44 de Bailén – Motril.

### **b) Población**

Bailén posee una población aproximada de 18.700 habitantes (160 Hab./ Km<sup>2</sup>) ; población que ha crecido ininterrumpidamente desde principios de siglo. Un 2,8% de esta población es extranjera proveniente de Europa, África, América y Asia.

### **c) Características del Centro**

- **Ubicación:** El Centro se encuentra ubicado en el mismo casco urbano. Consta de 2 edificios: uno en la C/ Juan Salcedo Guillén y otro en C/ Cuesta del Molino.
- **Características:** El actual IES “María Bellido” fue creado en el curso 1998-1999 con la fusión de los IB “María Bellido” e IFP “Infanta Elena”. Consta, pues, de 2 edificios distantes entre sí 250 metros, lo que conlleva el desplazamiento del profesorado de unas instalaciones a otras para impartir sus clases.
- **Recursos:** Aulas de Música, Plástica, Gimnasio y Tecnología. Laboratorios, Informática (5 aulas TIC y carros con portátiles), Talleres y dependencias para servicios generales.
- **Zona de influencia:** nuestra zona comprende las localidades de Baños de la Encina, Guarromán y Bailén para las enseñanzas no obligatorias (Ciclos Formativos y Bachilleratos).

El Centro está constituido por alumnos/as distribuidos en ESO, Bachillerato, FP de Grado Superior y de Grado Medio, Formación Profesional Básica (servicios administrativos) y ESA.

Además de las aulas de los distintos grupos, existen aulas específicas.

Desde el punto de vista organizativo en el edificio situado en C/ Cuesta del Molino están ubicados los Ciclos Formativos, 2º curso de FP Básica y el 1º curso de la ESO.

Entregar a:

Jefa/e de departamento → Jefatura estudios

Página 6 de 43

#### d) Nivel organizativo:

El centro educativo cuenta con unos 918 alumnos y alumnas. En la actualidad hay 32 unidades distribuidas en ESO, Bachillerato, FP de Grado Superior y de Grado Medio, PCPI (Auxiliar de Gestión Administrativa) y ESA.

En el edificio situado en C/ Cuesta del Molino se encuentran ubicados los Ciclos Formativos, 2º Curso de PCPI y el 1º Curso de la ESO.

**El centro dispone de las instalaciones establecidas en el Real Decreto 1147/2011, de 29 de octubre, en el que se disponen los requisitos mínimos de espacios y equipamientos para impartir el ciclo.**

#### e) Nivel curricular:

De acuerdo al Proyecto Educativo, en el centro se están desarrollando diversos planes promovidos por la Consejería de Educación y Ciencia de la Junta de Andalucía:

- **Programa “ComunicA”:** Con el fin de mejorar la competencia lingüística y la alfabetización audiovisual del alumnado.
- **Plan de Transformación Digital**, para crear espacios de aprendizaje virtuales y optimizar el uso de las tecnologías de aprendizaje digital, de acuerdo a la **Instrucción de 31 de julio, de la Dirección General de Formación del Profesorado e Innovación Educativa, sobre medidas de Transformación Digital Educativa en los centros docentes públicos para el curso 2020-2021.**
- **Proyecto “Recapacila”**, que se desarrolla dentro del **Programa “Aldea”**, con el fin de disminuir los residuos en el aula, llevar a cabo su adecuada separación en origen y reflexionar sobre las implicaciones ambientales de consumo.
- **Plan de Igualdad entre Hombres y Mujeres:** Para ofrecer una formación coeducativa en el alumnado.
- **Plan de Salud Laboral y Prevención de Riesgos Laborales.**
- **Plan Innicia. Cultura Emprendedora.** Para promover la capacidad de iniciativa y emprendimiento en el alumnado.

## 2.3 Contextualización al Alumnado

### a) Características del alumnado del aula

El módulo de **Comunicación Empresarial y Atención al Cliente** se imparte en el 1º curso del Ciclo de Técnico en Gestión Administrativa.

El grupo está compuesto 21 alumnos que cursan este módulo, de los cuales 11 son hombres y 10 son mujeres. 6 alumnos/as son repetidores. La mayoría de ellos (16) provienen de la ESO y el resto han cursado FPB de la familia de Administración y Gestión.

**La consecuencia es muy evidente:** los niveles, capacidades e intereses son muy variados, por lo que **tomaré medidas sensibles con la diversidad existente** en mi alumnado para adaptar y ajustar la programación didáctica y motivar a la asistencia y participación diaria en el aula.

### b) Características psicoevolutivas generales del alumnado

Esta programación está adaptada a las características psicoevolutivas del alumnado. Teniendo en cuenta la teoría psicoevolutiva de PIAGET y los estudios actuales de catedráticos de Psicología evolutiva y de la educación tales como PALACIOS, MARCHESI Y COLL, GARCIA MADRUGA, JUAN DELVAL o TRIANES Y GALLARDO, el alumnado de estas edades se caracteriza por:

- **Desarrollo del pensamiento hipotético-deductivo o formal abstracto**, por lo que, a lo largo del desarrollo del módulo, le permitirá utilizar el razonamiento lógico, analizar y combinar variables, establecer relaciones causa-efecto, formular hipótesis, realizar deducciones, generalizaciones y aplicaciones.
- **Desarrollo y afianzamiento del lenguaje**, lo que le posibilita incorporar el vocabulario y terminología específica del módulo, trabajar la lectura comprensiva, la verbalización de los procesos de razonamiento, etc.

Entregar a:

Jefa/e de departamento → Jefatura estudios

- **Desarrollo afectivo y social**, con una mayor implicación y trabajo en grupo. Es por ello, que en esta programación se incorporan metodologías motivadoras e innovadoras de trabajo cooperativo y tutoría ente iguales que favorecen la inclusión y la socialización.

## 2.4 Contextualización al Entorno Productivo

Las actividades económicas predominantes son:

<i>ACTIVIDAD</i>	<i>TRABAJADORES POR SECTOR</i>	<i>EMPRESAS POR SECTOR</i>
<b>Agricultura</b>	<b>7,4%</b>	<b>28,2%</b>
<b>Industria</b>	<b>30%</b>	<b>16,6%</b>
<b>Construcción</b>	<b>11%</b>	<b>8,4%</b>
<b>Servicios</b>	<b>51,6%</b>	<b>46,8%</b>

- **Actividades agrícolas:** Olivar (gran parte de regadío), viña (explotada en cooperativas vitivinícolas y con una buena comercialización de vinos), matorral, pastos, encinares y ganadería.
- **Actividades industriales:** Fundamentalmente la industria ceramista y de fabricación de materiales de construcción.
- **Actividades de servicios:** Junto a la cerámica, las actividades con ellas ligadas del transporte y los servicios conexos con la carretera, también generan un gran número de puestos de trabajo.

Entregar a:

Jefa/e de departamento → Jefatura estudios

### 3. RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Los resultados de aprendizaje hacen referencia a lo que el alumnado debe saber, comprender y saber hacer en cada módulo.

Corresponde al departamento didáctico tomar la decisión sobre el peso o porcentaje o nota que debe otorgar cada resultado de aprendizaje (ponderado a 100%) y criterio de evaluación (ponderados al 100%) en función de relevancia para la adquisición de las competencias profesionales, personales y sociales.

De acuerdo a la **Orden de 21 de febrero de 2011**, los resultados de aprendizaje para el módulo de **“Comunicación Empresarial y Atención al Cliente”**, con su correspondiente ponderación establecida por el Departamento Didáctico, son los siguientes:

R.A. 1	Selecciona las técnicas de comunicación adecuadas, relacionándolas con la estructura e imagen de la empresa y los flujos de información existentes en ella.	10%
	a) Se han diferenciado los tipos de organizaciones y sus organigramas funcionales.	10%
	b) Se ha reconocido la necesidad de comunicación entre las personas que forman una organización.	10%
	c) Se ha distinguido entre comunicación e información.	10%
	d) Se han descrito los elementos y procesos que intervienen en la comunicación.	10%
	e) Se han diferenciado las comunicaciones internas y externas.	10%
	f) Se han identificado los flujos de información dentro de la empresa.	10%
	g) Se han diferenciado los conceptos de imagen y cultura de la empresa.	10%
	h) Se ha seleccionado el destinatario y el canal adecuado para cada situación.	10%
	i) Se ha determinado la mejor forma y actitud a la hora de presentar el mensaje.	10%
	j) Se han analizado los obstáculos que pueden existir en un proceso de comunicación.	10%

R.A. 2	Transmite información de forma oral, vinculándola a los usos y costumbres socioprofesionales habituales en la empresa.	12%
	a) Se han identificado los principios básicos a tener en cuenta en la comunicación verbal.	10%
	b) Se ha identificado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales.	10%
	c) Se han tenido en cuenta las costumbres socioculturales y los usos empresariales.	10%
	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.	10%
	e) Se ha elaborado el mensaje verbal, de manera concreta y precisa, valorando las posibles dificultades en su transmisión.	10%
	f) Se ha utilizado el léxico y expresiones adecuados al tipo de comunicación y a los interlocutores.	10%
	g) Se ha presentado el mensaje verbal elaborado utilizando el lenguaje no verbal más adecuado.	10%
	h) Se han utilizado equipos de telefonía e informáticos aplicando las normas básicas de uso.	10%

Entregar a:

Jefa/e de departamento → Jefatura estudios

	i) Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y sensibilidad.	10%
	j) Se han analizado los errores cometidos y propuesto las acciones correctivas necesarias.	10%

<b>R.A. 3</b>	<b>Transmite información escrita, aplicando las técnicas de estilo a diferentes tipos de documentos propios de la empresa y de la Administración Pública.</b>	<b>18%</b>
	a) Se han identificado los soportes y los canales para elaborar y transmitir los documentos: tipo de papel, sobre y otros.	10%
	b) Se han identificado los canales de transmisión: correo convencional, correo electrónico, fax, mensajes cortos o similares.	10%
	c) Se han diferenciado los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad, y confidencialidad.	10%
	d) Se ha identificado al destinatario observando las debidas normas de protocolo.	5%
	e) Se han clasificado las tipologías más habituales de documentos dentro de la empresa según su finalidad.	10%
	f) Se ha redactado el documento apropiado, cumpliendo las normas ortográficas y sintácticas en función de su finalidad y de la situación de partida.	10%
	g) Se han identificado las herramientas de búsqueda de información para elaborar la documentación.	10%
	h) Se han utilizado las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos o autoedición.	5%
	i) Se han cumplimentado los libros de registro de entrada y salida de correspondencia y paquetería en soporte informático y/o convencional.	10%
	j) Se ha utilizado la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos establecidos para las empresas e instituciones públicas y privadas.	10%
	k) Se han aplicado, en la elaboración de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).	10%

<b>R.A. 4</b>	<b>Archiva información en soporte papel e informático, reconociendo los criterios de eficiencia y ahorro en los trámites administrativos.</b>	<b>10%</b>
	a) Se ha descrito la finalidad de organizar la información y los objetivos que se persiguen.	10%
	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.	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.	10%
	d) Se han identificado las principales bases de datos de las organizaciones, su estructura y funciones	10%
	e) Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiados al tipo de documentos.	10%
	f) Se han realizado árboles de archivos informáticos para ordenar la documentación digital.	10%
	g) Se han aplicado las técnicas de archivo en los intercambios de información telemática (intranet, extranet, correo electrónico).	10%

Entregar a:

Jefa/e de departamento → Jefatura estudios

	h) Se han reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación y detectado los errores que pudieran producirse en él.	10%
	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.	10%
	j) Se han aplicado, en la elaboración y archivo de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).	10%

<b>R.A. 5</b>	<b>Reconoce necesidades de posibles clientes aplicando técnicas de comunicación.</b>	<b>10%</b>
	a) Se han desarrollado técnicas de comunicación y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente en situaciones de atención/asesoramiento al mismo.	15%
	b) Se han identificado las fases que componen el proceso de atención al cliente/consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación.	10%
	c) Se han reconocido los errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente.	10%
	d) Se ha identificado el comportamiento del cliente.	10%
	e) Se han analizado las motivaciones de compra o demanda de un servicio del cliente.	10%
	f) Se ha obtenido, en su caso, la información histórica del cliente.	10%
	g) Se ha adaptado adecuadamente la actitud y discurso a la situación de la que se parte.	10%
	h) Se ha observado la forma y actitud adecuadas en la atención y asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado.	15%
	i) Se han distinguido las distintas etapas de un proceso comunicativo.	10%

<b>R.A. 6</b>	<b>Atiende consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes aplicando la normativa vigente en materia de consumo.</b>	<b>8%</b>
	a) Se han descrito las funciones del departamento de atención al cliente en empresas.	10%
	b) Se ha interpretado la comunicación recibida por parte del cliente.	10%
	c) Se han identificado los elementos de la queja/reclamación.	10%
	d) Se han reconocido las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/reclamaciones.	10%
	e) Se ha identificado y localizado la información que hay que suministrar al cliente.	10%
	f) Se han utilizado los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones.	10%
	g) Se ha cumplimentado, en su caso, un escrito de respuesta utilizando medios electrónicos u otros canales de comunicación.	10%
	h) Se ha reconocido la importancia de la protección del consumidor.	10%
	i) Se ha identificado la normativa en materia de consumo	10%
	j) Se han diferenciado los tipos de demanda o reclamación	10%

<b>R.A. 7</b>	<b>Potencia la imagen de empresa reconociendo y aplicando los elementos y herramientas del marketing</b>	<b>5%</b>
	a) Se ha identificado el concepto de marketing.	10%
	b) Se han reconocido las funciones principales del marketing.	15%

Entregar a:

Jefa/e de departamento → Jefatura estudios

	c) Se ha valorado la importancia del departamento de marketing.	<b>15%</b>
	d) Se han diferenciado los elementos y herramientas básicos que componen el marketing.	<b>15%</b>
	e) Se ha valorado la importancia de la imagen corporativa para conseguir los objetivos de la empresa.	<b>15%</b>
	f) Se ha valorado la importancia de la imagen corporativa para conseguir los objetivos de la empresa.	<b>15%</b>
	g) Se ha identificado la fidelización del cliente como un objetivo prioritario del marketing.	<b>15%</b>

<b>R.A. 8</b>	<b>Aplica procedimientos de calidad en la atención al cliente identificando los estándares establecidos.</b>	<b>5%</b>
	a) Se han identificado los factores que influyen en la prestación del servicio al cliente.	<b>10%</b>
	b) Se han descrito las fases del procedimiento de relación con los clientes.	<b>10%</b>
	c) Se han descrito los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio.	<b>10%</b>
	d) Se ha valorado la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos.	<b>10%</b>
	e) Se han detectado los errores producidos en la prestación del servicio.	<b>10%</b>
	f) Se ha aplicado el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas.	<b>10%</b>
	g) Se ha explicado el significado e importancia del servicio post-venta en los procesos comerciales.	<b>10%</b>
	h) Se han definido las variables constitutivas del servicio post-venta y su relación con la fidelización del cliente.	<b>10%</b>
	i) Se han identificado las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio post-venta.	<b>10%</b>
	j) Se han descrito los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio post-venta, así como sus fases y herramientas.	<b>10%</b>

Entregar a:

Jefa/e de departamento → Jefatura estudios

## 4. OBJETIVOS GENERALES DEL MÓDULO

**Los objetivos generales** describen **el conjunto de capacidades globales que los alumnos/as deberán adquirir a la finalización del proceso de enseñanza-aprendizaje**. Por tanto, su función es la de concretar las intenciones educativas, orientar en el proceso de enseñanza-aprendizaje y servir de referente a la hora de evaluar a los alumnos/as.

Para las enseñanzas de este Ciclo Formativo de Técnico en Gestión Administrativa **se establecen una serie de objetivos generales**, de carácter global y articulados para todos sus módulos profesionales. **El módulo profesional de “Comunicación Empresarial y Atención al Cliente” se relaciona con los siguientes objetivos generales:**

- 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.
- ñ) **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.

Entregar a:

Jefa/e de departamento → Jefatura estudios

## 5. CONTENIDOS DEL MÓDULO PARA EL CURSO

Los contenidos se refieren a los **objetos de enseñanza-aprendizaje que se consideran útiles y necesarios para promover el desarrollo personal del alumnado**. (Coll, 1989). Son, por tanto, los aprendizajes que el alumnado debe realizar para desarrollar la competencia general del título, los objetivos generales del ciclo, así como los resultados de aprendizaje del módulo, las competencias profesionales, personales y sociales.

El artículo 6 de la LOE (con las modificaciones realizadas por la LOMCE), define los contenidos como “**el conjunto de conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes que contribuyen al logro de los objetivos de cada enseñanza y a la adquisición de las competencias**”.

**Los contenidos que se proponen para este módulo, divididos en bloques temáticos, son los siguientes:**

### **BLOQUE I. SELECCIÓN DE TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN EMPRESARIAL**

- Comunicación, 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 la 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.

### **BLOQUE II. TRANSMISIÓN DE LA COMUNICACIÓN ORAL EN LA EMPRESA:**

- 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 presencial.
- La informática en las comunicaciones verbales.
- Comunicaciones en la recepción de visitas: acogida, identificación, gestión, despedida.

### **BLOQUE III. TRANSMISIÓN DE COMUNICACIÓN ESCRITA EN LA EMPRESA:**

- La comunicación escrita en la empresa.
- Normas de comunicación y expresión escrita.
  - Normas ortográficas, sintácticas y de léxico en la correspondencia comercial.
- La carta comercial. Estructura.
  - Estilo de carta comercial.
  - Clases de cartas comerciales.

Entregar a:

Jefa/e de departamento → Jefatura estudios

- 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 la 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).

#### **BLOQUE IV. 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.
  - 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:
  - 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.

#### **BLOQUE V. RECONOCIMIENTO DE LAS 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 compras.
- Elementos de atención al cliente, entorno, organización y empleados.
- Elementos 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.

#### **BLOQUE VI. 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.

**Entregar a:**

Jefa/e de departamento → Jefatura estudios

- 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.

#### **BLOQUE VII. 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, precios, 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.

#### **BLOQUE VIII. 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 presentación 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.

**Entregar a:**

Jefa/e de departamento → Jefatura estudios

## 6. CONTENIDOS TRANSVERSALES E INTERDISCIPLINARIEDAD

### a) Contenidos Transversales

La transversalidad educativa hace referencia a determinadas enseñanzas que están presentes en todas las materias de las diferentes etapas educativas.

Los elementos transversales son aspectos o elementos comunes a todos los módulos dirigidos a la formación integral del alumnado, y a la preparación del mismo para integrarse en la sociedad.

De acuerdo a la disposición adicional tercera de la **Ley Orgánica 5/2002 de las Cualificaciones y Formación profesional, al artículo 39 y 40 de la LEA 17/2007, al artículo 13 del Decreto 436/2008** y a los planes y programas contextualizados en el Proyecto Educativo de mi programación, los aspectos transversales que se van a trabajar a lo largo del curso son los siguientes:

TRANSVERSALES		CONTENIDOS
	<b>Educación para el consumo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fomento de la actitud crítica ante la publicidad.</li> <li>Uso de materiales reciclados.</li> <li>Valoración del impacto de los medios de comunicación en el consumo.</li> </ul>
	<b>Cultura Andaluza</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Conocimiento y valoración del patrimonio empresarial andaluz.</li> <li>Análisis de la legislación laboral de Andalucía.</li> <li>Interacción y contacto telemático con instituciones y organizaciones - públicas y privadas - andaluzas, en especial de la provincia de Jaén.</li> </ul>
	<b>Lenguaje</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Trabajo con el vocabulario técnico del módulo.</li> <li>Lectura, análisis y comprensión de textos y noticias.</li> <li>Síntesis de ideas principales.</li> </ul>
	<b>Igualdad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lenguaje no sexista.</li> <li>Análisis de problemas relevantes relacionados con la diversidad de género.</li> <li>Asignación de responsabilidades coeducativas.</li> </ul>
	<b>Prevención de Riesgos Laborales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Adopción de posturas adecuadas frente al ordenador.</li> <li>Cuidado de la voz.</li> <li>Uso del material de trabajo de forma adecuada.</li> </ul>
	<b>Formación para la utilización de las TIC's</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Demandas actuales de conocimiento de las TIC para el desempeño en nuestra vida cotidiana y profesional.</li> <li>Uso racional de las TIC's.</li> </ul>

Se procurará que estos temas estén presentes en los diferentes problemas que se propongan en las Unidades Didácticas.

<b>Entregar a:</b>	<b>Página 17 de 43</b>
Jefa/e de departamento → Jefatura estudios	

## b) Interdisciplinariedad

Desde la perspectiva interdisciplinar característica de los Ciclos Formativos de Formación Profesional, el módulo de “**Comunicación Empresarial y Atención al Cliente**” debe de trabajarse y superarse junto a los demás módulos para acreditar las capacidades y la competencia general y así poder obtener el título de Técnico en Gestión Administrativa.

En concreto, este módulo se relaciona con el módulo “**Empresa en el Aula**” y presenta formación complementaria con el módulo “**Tratamiento Informático de la Información**”.

### RELACIÓN DE LOS ELEMENTOS CURRICALES DE LA PROGRAMACIÓN, UNIDADES DE TRABAJO Y PORCENTAJES ASIGNADOS

Nº UD	UNIDAD DE TRABAJO	R.A.	%R. A.	BL	OG	CPPS	T	H	% NOTA
1	Empresa y comunicación	1	10%	1	a) b) e) d)	a) b)	1	18	11%
2	La comunicación presencial en la empresa.	2	12%	2	b) e) ñ)	a) b)	1	20	12,5%
3	Comunicación telefónica.	2	12%	2	b) e) ñ)	a) b)	1	20	12,5%
4	Comunicaciones escritas.	3	18%	3	ñ)	a) b)	2	30	18%
5	El tratamiento de la correspondencia y paquetería.	3	10%	3	ñ)	a) b)	2	15	10%
6	Archivo y clasificación de documentos.	4	10%	4	f)	c)	3	15	10%
7	Detección de las necesidades del cliente y de su satisfacción.	5	10%	5	ñ)	i)	2	14	9%
8	Atención de quejas y reclamaciones.	6	8%	6	ñ)	p)	3	12	7%
9	Potenciación de la imagen empresarial	7	5%	7	f)	r)	3	8	5%
10	Calidad en la atención al cliente	8	5%	8	r) p)	ñ)	3	8	5%
	<b>TOTAL</b>		<b>100 %</b>					<b>160</b>	<b>100%</b>

Entregar a:

Jefa/e de departamento → Jefatura estudios

## 7. COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES DEL MÓDULO

Las competencias profesionales, personales y sociales describen una serie de capacidades y conocimientos que deben alcanzar los titulados de FP para dar respuesta a los requerimientos del sector productivo, aumentar el empleo y favorecer la cohesión social.

- Las competencias profesionales deben dar respuesta a todas las fases relevantes del proceso organizativo específico del título.
- Las competencias personales están relacionadas con el empleo.
- Las competencias sociales están relacionadas con la cohesión social.

Las competencias profesionales personales y sociales del módulo **Comunicación Empresarial y Atención al Cliente**, establecidas en la Orden 21 de febrero de 2011, son las siguientes:

- 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 puesto 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.

Entregar a:

Jefa/e de departamento → Jefatura estudios

## 8. METODOLOGÍA

Se entiende por **metodología** los aspectos referentes al cómo y cuándo enseñar. Posibilitan la autonomía pedagógica a los centros y profesores, en el marco de la legislación vigente. Constituyen un conjunto de decisiones como: principios metodológicos, coordinación didáctica, tipos de actividades, organización del espacio, tiempo, agrupamientos, materiales y recursos, participación de las familias,...etc.

Las decisiones que debe adoptar el profesor respecto a la metodología de un módulo derivan de la consideración de los siguientes aspectos:

### **8.1. Principios Metodológicos. Opción metodológica para el desarrollo del proceso de enseñanza-aprendizaje.**

#### **a) Principios Metodológicos y métodos de enseñanza.**

Este modelo de programación tiene en cuenta una serie de principios psicopedagógicos, derivados de diversas teorías cognitivas y contextuales, que son necesarios tener en cuenta en el proceso de enseñanza y aprendizaje del alumnado:

1. Partir del desarrollo del alumnado.
2. Construir aprendizajes significativos.
3. Enseñanza activa y constructivista.
4. Enseñar al alumno a aprender a aprender, desarrollando su autonomía.
5. Enfoque comunicativo y competencial.
6. Utilización de metodologías basadas en aprendizaje por proyectos y tareas.
7. Trabajar en grupo y el aprendizaje cooperativo.
8. La tutoría entre iguales.

Además, se tendrán en cuenta **otros principios como:** la actividad, la participación, la individualidad, desarrollo de la actitud crítica, la educación en valores, la atención a la diversidad y a las NEAE, la aplicación y uso de las tecnologías de la información

Los métodos de enseñanza hacen referencia a la forma de abordar el proceso de enseñanza-aprendizaje por parte del profesor/a en las diferentes unidades didácticas. Entre los diferentes **métodos de enseñanza que podemos utilizar** a lo largo de las diferentes unidades didácticas podemos destacar:

- **Método deductivo-expositivo**, para las explicaciones de contenidos.
- **Método analógico, o demostrativo**, para realizar ejemplificaciones.
- **Método investigativo guiado**, para realizar pequeñas investigaciones.

#### **b) Opción metodológica para el desarrollo del proceso de enseñanza-aprendizaje.**

En la materia que se trata en la presente programación, lo que se pretende es que el alumnado conozca y se adiestre en el uso de técnicas administrativas comerciales y relacionadas con la comunicación empresarial, así como de atención al cliente. Se trabajará con la intención de introducir al alumnado en el buen uso de los medios de comunicación, a seleccionar aquella información que realmente pueda ser interesante, a realizar una reflexión y poder producir un mensaje de forma adecuada siguiendo los patrones de comunicación.

En todas las actividades que se lleven a cabo se fomentará la cooperación entre compañeros y compañeras bajo una actitud abierta y respetuosa, haciendo uso de una actitud crítica, constructiva y participativa.

Partiendo de los principios metodológicos mencionados el trabajo en el aula tendrá como líneas fundamentales los siguientes aspectos:

- Exposición, análisis y estudio de los contenidos de carácter teórico.

Entregar a:

Jefa/e de departamento → Jefatura estudios

- Planteamiento y resolución de situaciones laborales basadas en la realidad, que incluyan la aplicación de técnicas y métodos de comunicación empresarial en todas sus modalidades (orales, escritas, presenciales, etc).
- Análisis y elaboración de documentos cuyo objetivo es la comunicación, tanto en el ámbito interno como externo.
- Desarrollo de relaciones humanas en el entorno del trabajo: protocolo en la atención y tratamiento de visitas, así como atención a los clientes.
- Aplicación de técnicas de comunicación para el manejo de situaciones de conflicto en relación con clientes (quejas, reclamaciones, etc).
- Búsqueda y recogida de información por parte del alumno de la documentación relacionada con los supuestos que se planteen.
- Búsqueda y consulta de información sobre los contenidos del programa, textos informativos (periódicos y revistas de carácter económico) así como en textos legales relacionados con el contenido del módulo.
- Participación continua y activa del estudiante de manera que sea el protagonista de su propio aprendizaje.
- Resolución de supuestos globales relacionados con la gestión de las comunicaciones empresariales.

Por último, mencionar que será imprescindible trabajar con instrumentos fundamentales para el desarrollo del aprendizaje como son el **uso del ordenador y de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (a través de las plataforma Moodle Centros y Google Drive), las cuales se utilizarán para llevar a cabo la docencia telemática en caso de confinamiento del alumno/o por motivos de la Covid-21, de la profesora o del grupo al completo.**

## **8.2. Ejercicios, Actividades y Tareas. Contribución a las Competencias Profesionales, Personales y Sociales.**

Teniendo en cuenta la **Taxonomía de Bloom** en el proceso de enseñanza y aprendizaje, debemos de tratar de activar procesos cognitivos de **conocimiento, razonamiento** (que incluye la comprensión, análisis, síntesis y evaluación) **y de aplicación**.

Dicha activación se realiza desde los procesos más simples, como el conocimiento, hasta los procesos más complejos, como el razonamiento y la aplicación.

Para activar y desarrollar dichos procesos cognitivos deben de realizar **EJERCICIOS, ACTIVIDADES, TAREAS Y PROYECTOS:**

**1. LOS EJERCICIOS.** Contribuyen a la consecución de los objetivos y sientan las bases para poder realizar actividades más complejas. Para realizarlos es necesario conocer, estudiar, repetir y memorizar contenidos del módulo. Son muy importantes porque actúan como el “andamiaje” del conocimiento. **Algunos de los tipos de ejercicios que vamos a realizar en el módulo son los siguientes:**

- ✧ **Contestar a preguntas relacionadas con los contenidos estudiados, definir y explicar conceptos, extraer y sintetizar las ideas principales de textos de lectura, elaborar esquemas y mapas conceptuales, realizar resúmenes, etc.**

**2. LAS ACTIVIDADES.** Son un conjunto de acciones orientadas a la adquisición de un conocimiento nuevo. Para realizarlas es necesario activar procesos cognitivos de comprensión, síntesis, valoración, etc. **Entre los tipos de actividades que vamos a realizar durante el módulo podemos destacar:**

- ✧ **Actividades introductorias o de motivación:** Visualización de un vídeo, presentación de una problemática, comentario de textos, curiosidades, visita de alguien relacionado que aporte información relevante, etc.
- ✧ **Actividades diagnósticas o de revisión de conocimientos previos:** Preguntas aleatorias al alumnado sobre aspectos de la unidad de trabajo, torbellino de ideas, diálogos sobre algún tema propuesto, exposición de ideas, etc.
- ✧ **Actividades de desarrollo:** Realización de casos prácticos, realización de talleres, exposiciones orales, elaboración de pequeños monográficos, elaboración de folletos informativos, etc.

Entregar a:

Jefa/e de departamento → Jefatura estudios

- ✧ **Actividades de fomento de la lectura, escritura y comprensión oral:** Lectura, comprensión y expresión del vocabulario y la terminología específica del módulo, elaboración de un diccionario del módulo, lectura y comprensión de la información procedente de la búsqueda de internet, comentarios orales y escritos de textos relacionados con el módulo, reflexiones sobre temas específicos, etc.
- ✧ **Actividades de contenidos transversales:** Empleo de lenguaje no sexista, realización de actividades grupales colaborativas, análisis y debate de problemas que general prejuicios sociales en Andalucía, análisis y prevención de situaciones que pueden provocar accidentes en la vida cotidiana y en el ámbito laboral, uso de materiales reciclados, utilización de las TIC.
- ✧ **Actividades de refuerzo y ampliación:** A los alumnos más avanzados se les propondrán actividades de **ampliación**, que consistirán en la investigación, de entre varios temas propuestos por el profesor, en la búsqueda de información y realización de trabajos, monográficos, etc. Con aquellos alumnos/as que tengan una mayor dificultad en el proceso de aprendizaje se realizarán actividades de **refuerzo**. Se puede llevar a cabo mediante un visionado de un vídeo, lectura de textos, actividades de refuerzo en la comprensión y expresión lectora, etc.

**3. LAS TAREAS Y PROYECTOS. Son un conjunto de actividades aplicadas a la realización de un trabajo profesional o a la solución de un problema.** Para realizarlas es necesario activar procesos cognitivos de aplicación de la comprensión de los conocimientos a situaciones relacionadas con el ejercicio de la profesión. **Las tareas que vamos a realizar a lo largo del curso en las diversas unidades de trabajos son las siguientes:**

- ✧ **Proyecto diseño de paquete de comunicaciones empresariales y sus correspondientes tareas.**

### **8.3. Actividades Complementarias**

Se consideran actividades complementarias las organizadas durante el horario escolar por los Centros, y que tienen un carácter diferenciado de las propiamente lectivas, por el momento, espacio o recursos que utilizan. Estas actividades son fundamentalmente las salidas y celebraciones

**Entre las celebraciones, podemos destacar:**

- 25 de noviembre: Día Internacional para la Eliminación de la Violencia contra las Mujeres.
- 6 de diciembre: Día de la Constitución Española.
- 16 de diciembre: Día de la Lectura en Andalucía.
- 28 de febrero: Día de Andalucía.

Debido a la situación sociosanitaria derivada de la pandemia producida por la Covid-19 y siguiendo las directrices propuestas por el centro, este curso (si los índices se mantienen estables) se podrán celebrar **actividades complementarias**, siguiendo las medidas preventivas y el protocolo de actuación definido por el centro. Estas consistirán en realizar diferentes salidas y/o encuentros telemáticos con organizaciones empresariales y diferentes instituciones, como son, entre otras:

1. Visita al Parlamento de Andalucía.
2. Visita a empresas del entorno.
3. Visita a la Feria de Empleo y Formación Profesional (Ciudad donde se celebre).
4. Visita al Parque de la Ciencias de Granada y la Alhambra.
5. Participación en la nueva edición de Emprende Joven.
6. Visita al Centro de Apoyo al Desarrollo Empresarial (CADE) ciudad donde se celebre.
7. Visita a la fábrica de COVAP (Pozoblanco) y Mezquita de Córdoba.
8. Visita a Jaén: Cruzcampo y Baños Árabes.
9. Visita a Jaén: Galletas Cuétara, Diario Jaén, Carrefour.
10. Participación en las Jornadas "Educación Financiera para Jóvenes" organizada por UNICAJA.
11. Encuentro con técnico/a del CADE de Bailén.
12. Visita a la empresa AVANZA de Jaén.

**Entregar a:**

Jefa/e de departamento → Jefatura estudios

## 8.4. Materiales y Recursos Didácticos. Incorporación de las TIC's. Recursos e Instrumentos Digitales

### a) Recursos Materiales y Didácticos

Los recursos didácticos son "**mediadores o herramientas**" en el proceso de enseñanza-aprendizaje y a través de ellos se pueden trabajar conceptos y procedimientos, pero también pueden ser elementos motivadores que guíen el proceso, estimulen la atención y el interés de los alumnos/as y les ayuden a desarrollar estrategias de aprendizaje.

**Dentro de la amplia gama de los recursos didácticos y materiales, destacan:**

- a) **Recursos impresos:** Libros de consulta, textos legales, documentos de las diferentes administraciones públicas, apuntes de la profesora.
- b) **Recursos audiovisuales:** Televisión, grabador y reproductor de vídeo y CD, cámara fotográfica, cañón y proyector digital, grabadoras digitales.
- c) **Material fungible:** lápices, cuadernos, cartulinas, folios, calculadoras, etc.
- d) **Material específico del módulo y del ciclo:** material de oficina, softwares específicos.

### b) Las Nuevas Tecnologías como Recurso Educativo

El uso de la informática facilita la personalización del aprendizaje y el autoaprendizaje, al permitir el establecimiento de un diálogo o interacción directa entre el alumno y el ordenador.

Algunas de las aplicaciones que vamos a utilizar a lo largo del módulo son las siguientes:

- Plataforma digital** MOODLE CENTROS
- Presentaciones.** CANVA, PREZI, POWER POINT.
- Nubes.** GOOGLE DRIVE.
- Rúbrica digital.** CORUBRICS.
- Nubes de palabras.** TAGXEDO.
- Bases de datos.** ACCESS.
- Infografías.** CANVA

### c) Recursos Espaciales

La organización del espacio escolar debe estimular la participación en actividades verbales, respetar el trabajo individual de los alumnos y favorecer el trabajo de investigación en grupo.

Este curso se centrará fundamentalmente en desarrollar la docencia dentro del centro educativo (tomando las pertinentes medidas de seguridad) y de forma telemática en los casos en los que sea necesario, por motivos de prevención ante la Covic-19. **En el caso de que en cualquier momento del curso se tuvieran que desarrollar de forma no presencial, la plataforma por la que se impartirán las clases será Moodle Centros. En el Anexo 1 se especifica la distribución anual. En el caso que algún alumno/a tuviera que guardar cuarentena de forma obligatoria seguirá las clases en su horario establecido a través de Moodle Centros de forma no presencial.**

Teniendo en cuenta el **Anexo IV de la Orden de 21 de febrero de 2011**, los espacios para el Ciclo de Técnico en Gestión Administrativa son los siguientes:

- **Aula Polivalente:** En ella se provocará un ambiente cómodo, de saber estar para aprender a ser. En ella se dispone del siguiente material: Pc para el profesorado con conexión a Internet; Cañón y pantalla de proyección; Reproductor audiovisual; Dispositivos de almacenamiento de datos; Licencias

Entregar a:	Página 23 de 43
Jefa/e de departamento → Jefatura estudios	

de sistemas operativos y de uso de aplicaciones informáticas generales y de gestión administrativa; Portátiles para el alumnado con conexión a Internet, etc.

- **Aula de administración y gestión:** Cuenta con materiales como ordenador para el profesorado con conexión a Internet; Cañón de proyección; PC instalados en la red común de conexión a Internet; Sillas de oficina, Impresora multifunción en red; Mobiliario y material diverso de oficina; Tablero de corcho, etc.

#### **d) Distribución Temporal.**

Atendiendo a lo establecido en la **Resolución de 26 de mayo de 2021** de la Delegación Territorial de la Consejería de Educación y Deporte en Jaén por la que se dictan las normas que han de regir el calendario escolar para el curso 2021/2022, **para las enseñanzas de Formación Profesional Inicial las clases comenzarán el día 15 de septiembre de 2021 y finalizará el 23 de junio de 2022.**

El número de días lectivos para el alumnado de Formación Profesional Inicial como las fechas de las pruebas de evaluación extraordinarias de los módulos profesionales no superados serán establecidos teniendo en cuenta la duración de cada ciclo y el cómputo total de horas que corresponde a cada uno, según normativa específica de estas enseñanzas.

**Para el Título de Técnico en Gestión Administrativa, el número de horas de cada módulo se recoge en la Orden de 21 febrero de 2011, en su Anexo II.**

Para el módulo de “**Comunicación Empresarial y Atención al Cliente**” la duración es de 160 horas, siendo la distribución horaria de 5 horas semanales, durando cada sesión una hora.

<b>160 horas</b>	<b>5 horas/semana</b>	<b>1 hora/sesión</b>
------------------	-----------------------	----------------------

#### **e) Organización y agrupamientos en el aula**

La docente debe de organizar las condiciones para que sea posible el desarrollo de las actividades del alumnado, ya sea individual, en pequeños grupos o gran grupo, teniendo en cuenta todas las medidas de seguridad e higiene marcadas por el Protocolo COVID-19 del centro.

Siguiendo estas recomendaciones, las diversas actividades propuestas se realizarán:

- **Individualmente.** Acción que favorece la capacidad intelectual de aprender por sí mismo.
- **Pequeño grupo.** En grupo, el alumno/a aprende mediante la interacción social, la cooperación y trabajo en equipo.
- **Gran grupo.** Actividades que realizará el grupo-aula al completo.
- **Tutoría entre iguales.**

<b>Entregar a:</b>	<b>Página 24 de 43</b>
Jefa/e de departamento → Jefatura estudios	

## 9. EVALUACIÓN

La evaluación es el proceso que permite **conocer en qué medida se está desarrollando y consiguiendo lo que se pretendía antes de iniciar la programación y lo que se ha conseguido al final de la misma. La evaluación será un proceso gradual, sistemático, continuo e integral.**

### 9.1. Evaluación del Proceso de Aprendizaje

De acuerdo al artículo 26 del Decreto 436/2008, la evaluación de los aprendizajes del alumnado que cursa ciclos formativos completos será continua y se realizará por módulos profesionales.

Los referentes para la evaluación de los módulos son:

- a) Los criterios de evaluación, indicados al comienzo de la programación.
- b) Los porcentajes de los criterios de evaluación asignados y los procedimientos de evaluación.

#### 9.1.1. Momentos de la evaluación y calificación

La **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, establece tres momentos de evaluación:

1. **Evaluación inicial.** Se realizará durante el primer mes de comienzo de curso. Tendrá como objetivo fundamental indagar sobre las características y el nivel de competencias que presenta el alumnado en relación con los resultados de aprendizaje y contenidos del módulo. La evaluación inicial será el punto de referencia del equipo docente y, en su caso, del departamento de familia profesional, para la toma de decisiones relativas al desarrollo del currículo y su adecuación a las características, capacidades y conocimientos del alumnado. En ningún caso conllevará calificación para el alumnado.
2. **Evaluaciones parciales.** Se realizarán al menos tres sesiones de evaluación parcial para los alumnos de primer curso.
3. **Evaluación final.** Se corresponderá siempre con la finalización del régimen ordinario de clase (en el mes de junio)

El artículo 12.5 y 12.6 de la Orden 29/9/2010 establece un **periodo de recuperación**, para aquellos alumnos y alumnas que, entre la evaluación parcial y la evaluación final, tenga pendiente una o más evaluaciones del módulo, que en el primer curso estará comprendido **entre el 1 de junio y el último día lectivo de clase.**

#### 9.1.2. Criterios de evaluación

Los criterios de evaluación expresan el tipo y grado de aprendizaje que se espera que los alumnos y alumnas hayan alcanzado con respecto a los resultados de aprendizaje de cada uno de los módulos.

Por tanto, hacen referencia a qué se puede esperar del alumno/a. Estos criterios de evaluación permiten alcanzar unos Resultados de Aprendizaje, es decir, aquellas capacidades para saber hacer que el alumnado alcanzará una vez supere la materia.

Corresponde al Departamento establecer la puntuación que se asigna a cada criterio de evaluación.

Los criterios de evaluación asociados a cada resultado de aprendizaje son los expresados anteriormente en el apartado 3 "Resultados de aprendizaje, criterios de evaluación."

Entregar a:

Jefa/e de departamento → Jefatura estudios

### 9.1.3. Procedimientos de evaluación y calificación

Los procedimientos de evaluación **nos permiten evaluar la adquisición de los aprendizajes**. Entre ellos podemos destacar:

TÉCNICAS DE CALIFICACIÓN	INSTRUMENTOS
<ul style="list-style-type: none"><li>Observación sistemática</li><li>Producciones del alumnado</li><li>Porfolio digital</li><li>Valoración de proyectos y prácticas</li><li>Exposiciones orales</li><li>Pruebas escritas</li><li>Autoevaluación del alumnado</li><li>Coevaluación del alumnado</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Diarios de clase</li><li>Diario de SÉNECA</li><li>Escalas de observación</li><li>Grabación audio, video o fotografía.</li><li>Rúbrica.</li></ul>

Para el alumnado con discapacidad, el artículo 2 de la Orden 29/9/2010 indica que el departamento de familia profesional tomará las decisiones pertinentes respecto a la adecuación de las actividades formativas, así como de los criterios y los procedimientos de evaluación, garantizándose el acceso a las pruebas de evaluación. Esta adaptación en ningún caso supondrá la supresión de resultados de aprendizaje y objetivos generales del ciclo que afecten a la adquisición de la competencia general del título.

### 9.1.4. Criterios de calificación

**El artículo 16 de la Orden 29/9/2010**, indica que la calificación de los módulos profesionales de formación en el centro educativo y del módulo profesional de proyecto se expresará en valores numéricos de 1 a 10, sin decimales. Se considerarán positivas las iguales o superiores a 5 y negativas las restantes.

Teniendo en cuenta la Orden de evaluación **y en el marco de la autonomía pedagógica, los Departamentos de coordinación didáctica establecerán acuerdos consensuados y compartidos respecto a los criterios de calificación de sus módulos.**

**En síntesis, para calificar los módulos se tendrán en cuenta:**

- Los criterios de evaluación** establecidos en la programación concretados en las unidades didácticas.
- La rúbrica de cada criterio de evaluación.**
- Los procedimientos de evaluación.** Serán variados y se elegirán y diseñarán en función de los RA y CE que se pretendan medir.
- Los criterios de calificación** que establezca el Departamento Didáctico, coordinado por el E.T.C.P. La calificación de cada unidad didáctica y del módulo estarán en función del:
  - El peso o ponderación de los resultados de aprendizaje y de los criterios de evaluación establecidos por el Departamento.**
  - El peso o porcentaje asignado a cada unidad de trabajo.**

**Con respecto a la calificación del alumnado hay que tener en cuenta los siguientes aspectos:**

- La **nota del trimestre** se formará de acuerdo a las **ponderaciones asignadas a los criterios de evaluación** en cada uno de los resultados de aprendizaje y a los instrumentos con los que cada una serán medidas.
- Para obtener una calificación positiva en cada una de las evaluaciones se deberán haber realizado todos los trabajos y superar todas las pruebas realizadas en dicha evaluación obteniendo una puntuación de 5 o superior. En el caso de que la nota resultante tenga decimales, se redondeará a la unidad siguiente si las décimas superan el 6, en caso contrario, será la unidad entera inferior. En el supuesto de ser inferior a 5 la nota global, la evaluación estará suspensa.
- Previamente a la realización de las pruebas de recuperación, si se estima que el alumno necesita un refuerzo para alcanzar los objetivos, se le entregará material elaborado por el profesor, en función de las carencias observadas, con un método diferente o simplemente como mayor ejercitación de un concepto o procedimiento.

Entregar a:	Página 26 de 43
Jefa/e de departamento → Jefatura estudios	

- **Es imprescindible la asistencia a clase para superar el módulo**, ya que se tiene en cuenta para la nota de cada trimestre las prácticas realizadas de forma individual y diaria en clase. Las faltas de asistencia no serán acumulables en las distintas evaluaciones.
- Antes de la evaluación final, los alumnos que mantengan alguna parte del curso suspensa, podrán realizar una prueba de recuperación de la materia impartida en las evaluaciones en que mantenga una calificación negativa. La calificación obtenida en las recuperaciones, si es igual o superior a 5, será ponderada con las obtenidas en las partes superadas, estando aprobado en todo caso.
- Los alumnos que no superen la materia al final del tercer trimestre, deberán examinarse del **curso completo** en la correspondiente convocatoria de evaluación Final FP a finales del mes de junio.
- El alumno/a que opte por presentarse a subir nota, lo hará en la fecha que se estipule para la recuperación, y deberá hacerlo en una prueba objetiva global del resultado de aprendizaje, no se permite presentarse a subir nota por parciales.
- La recuperación de exámenes no realizados por causas justificadas podrá realizarse antes de que finalice el trimestre.
- **Si alguna prueba o examen no se puede realizar por ausencia justificada tendrá que hacerse en la fecha prevista para la recuperación del trimestre. En ningún caso se podrá realizar la recuperación de un examen o prueba cuya ausencia no haya sido debidamente justificado. En el caso de que la recuperación del trimestre se realice antes de que éste finalice y el alumno/a tenga uno o varios exámenes que no se hayan realizado sin justificación previa, el trimestre quedará suspenso y sólo se podrá realizar su recuperación al final de curso.**
- **La recuperación del trimestre podrá hacerse antes o después del mismo, siendo tal cuestión acordada por la profesora y el alumnado.**
- Tan sólo se repetirá la prueba Final FP por falta justificada y en los términos que la ley establezca.
- Las situaciones extraordinarias del alumnado como enfermedad, accidente propio o de familiares, asistencia y cuidados de estos, relación laboral o contrato, etc, o cualquier otra de suficiente gravedad que impidan la asistencia con regularidad a las clases, se ajustarán a lo acordado en el departamento.
- Cuando, con anterioridad, un alumno/a tenga conocimiento de ausencia a clase deberá comunicarlo cuanto antes al tutor/a y a la profesora del módulo. Las faltas de asistencia deben justificarse.
- **El alumno/a que en la realización de pruebas objetivas o en trabajos propuestos utilice medios engañosos para aprobar las mismas (copiar, chuletas, etc.) suspenderá la prueba y tendrá que hacer la recuperación.**

### 9.1.5. Instrumentos de evaluación

Como instrumentos de evaluación encontramos:

**A) Pruebas Teórico-Prácticas:** Se realizarán en cada una de las evaluaciones del curso. Se puntuará del 1 al 10.

Las pruebas pueden variar en base a los criterios de evaluación a valorar: serán casos prácticos, preguntas teóricas o podrán constar de dos partes, una de ellas estará formada por preguntas cortas, preguntas de desarrollo y/o caso práctico y la otra será una batería de preguntas tipo test. En el caso de constar de dos partes el mínimo de puntuación que se ha de obtener en cada parte de que se compone la prueba será de 5, para poder hacer media aritmética entre las cuestiones teórico-prácticas.

Se valorará negativamente las faltas de ortografía y la deficiente presentación.

**B) Actividades de Desarrollo:** A lo largo del módulo se podrá realizar actividades consistentes en la resolución de algún caso propuesto a resolver de forma individual o grupal. La valoración dependerá de:

- Presentación (10%)
- Desarrollo (90%): se valorará equitativamente en función de las tareas a desarrollar. Se valorará positivamente la autonomía del alumnado para resolverlas y negativamente las faltas de ortografía y la deficiente presentación.

(El peso de estas actividades será la suma de los CE asociados a ellas).

En la puntuación de las prácticas y actividades, que se realizarán principalmente en clase, se tendrá en cuenta:

<b>Entregar a:</b>	<b>Página 27 de 43</b>
Jefa/e de departamento → Jefatura estudios	

- La entrega en la fecha indicada.
- La adecuada presentación y redacción.
- La precisión en los cálculos y la aplicación de la normativa vigente.
- La agilidad e independencia en la búsqueda de información más adecuada.
- La dificultad en su elaboración.

Si para alguna actividad más específica o determinada fuera necesario incluir otros aspectos para su valoración, se indicará previamente a ser realizadas.

**C) Observación Directa:** Para analizar el interés y esfuerzo por parte del alumnado. Esto se realizará a través de la participación en clase y de las actividades propuestas.

### 9.1.6. Mecanismos de recuperación

Teniendo en cuenta la Orden de evaluación y en el marco de la autonomía pedagógica, los departamentos de coordinación didáctica establecerán acuerdos consensuados y compartidos respecto a los mecanismos de recuperación de los módulos.

Entre los mecanismos de recuperación que se podrá utilizar podemos destacar:

- ✓ Evaluación continua con las técnicas e instrumentos anteriormente expuestos.
- ✓ Corrección de las actividades de recuperación.
- ✓ Trabajos sobre el módulo objeto de recuperación.
- ✓ Pruebas orales o escritas sobre los contenidos del módulo objeto de recuperación.

De acuerdo al artículo 12 de la Orden 29/9/2010 **El alumnado de segundo curso** de oferta completa que tenga módulos profesionales no superados y no pueda cursar el módulo FCT, continuará con las actividades lectivas hasta la fecha de finalización del curso.

Es imprescindible que para que el alumno supere todos los RA:

- Obtener una puntuación mínima de un 5 en la prueba objetiva.
- La entrega de todas las actividades de desarrollo elaboradas durante el curso.

(Para poder así evaluar todos los criterios de evaluación asociados a cada resultado de aprendizaje).

## 9.2. Evaluación del Proceso de Enseñanza

El **artículo 25.3. del Decreto 486/2008**, por el que se establece la ordenación de la Formación Profesional Inicial en Andalucía, indica que el profesorado tendrá la obligación de evaluar tanto los aprendizajes del alumnado como los procesos de enseñanza y su propia práctica docente. Por tanto, el profesorado debe reflexionar sobre su práctica educativa con el objeto de mejorarla, que incluirá los siguientes aspectos:

- **Adecuación de los elementos de la programación** (objetivos, contenidos, metodología y evaluación, etc.) a las características del alumnado y a las finalidades propuestas.
- **Desarrollo de los distintos contenidos.**
- **Nivel de interacción entre los alumnos/as y entre la profesora y alumnado.**
- **Metodología** adecuada a las características del módulo y a cada Unidad de Trabajo.
- Si las **actividades han estado secuenciadas**, han tenido en cuenta los conocimientos previos y han sido atractivos.
- **Si los recursos** (materiales, organización, fuentes de información, etc.) **han sido adecuados.**
- **Coordinación entre el profesorado, etc.**

**Las técnicas e instrumentos de evaluación de la enseñanza serán fundamentalmente:**

- Autoobservación de la práctica docente.

<b>Entregar a:</b>	<b>Página 28 de 43</b>
Jefa/e de departamento → Jefatura estudios	

- Análisis del desarrollo en el aula de las programaciones didácticas.
- Diálogos en el seno de los órganos de coordinación del centro.
- Anecdóticos, etc.

**Además, el alumnado evaluará, igualmente, los aspectos anteriormente señalados al finalizar algunas unidades de trabajo o bloques temáticos, mediante cuestionarios u otras técnicas creativas de evaluación.**

**Entregar a:**

Jefa/e de departamento → Jefatura estudios

## 10. ATENCIÓN EDUCATIVA ORDINARIA. MEDIDAS GENERALES DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

Se considera **atención educativa ordinaria** a la aplicación de medidas generales a través de recursos personales y materiales generales, destinadas a todo el alumnado. Se consideran **medidas generales de atención a la diversidad** las diferentes actuaciones de carácter ordinario que se orientan a la promoción del aprendizaje y del éxito escolar de todo el alumnado.

Entre las medidas de generales de atención a la diversidad para el alumnado de Formación Profesional Inicial, podemos destacar:

- El uso de **metodologías basadas en el trabajo cooperativo** en grupos heterogéneos, por ejemplo la **tutoría entre iguales**, el **aprendizaje por proyectos** y otras que promuevan el principio de inclusión.
- La realización de **actividades de refuerzo** educativo con objeto de mejorar las competencias profesionales, personales y sociales de un alumno o alumna o grupo.
- La realización de **actividades de profundización** que permitan a un alumno o alumna o grupo desarrollar al máximo sus competencias.

Entregar a:

Jefa/e de departamento → Jefatura estudios

# **11. ATENCIÓN EDUCATIVA DIFERENTE A LA ORDINARIA. MEDIDAS Y RECURSOS ESPECÍFICOS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD. RESPUESTA EDUCATIVA AL ALUMNADO CON NECESIDADES ESPECÍFICAS DE APOYO EDUCATIVO**

Tal y como establecen las Instrucciones de 8/03/2017, **se entiende por alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo a aquel que requiere, por un periodo de su escolarización o a lo largo de toda ella, una atención diferente a la ordinaria por prestar necesidades educativas especiales, dificultades de aprendizaje, altas capacidades intelectuales o precisar acciones de carácter compensatorio.**

Los artículos 71 al 79 de la LOE 2/2006 (modificado por la LOMCE y los artículos 113 al 119 de la LEA 17/2007 establecen seis grupos de alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo. Las Instrucciones 8/3/2017 engloban a los tipos seis tipos de alumnado anteriores en cuatro grupos:

1. Alumnado con necesidades educativas especiales (NEE).
2. Alumnado con dificultades específicas de aprendizaje (DIA).
3. Alumnado con altas capacidades intelectuales (AACII).
4. Alumnado de compensatoria (COM).

Las Instrucciones de 8/3/2017, establecen las medidas específicas a la diversidad para la enseñanza básica, el Bachillerato y la Formación Profesional Básica. Entre ellas destacan las adaptaciones de acceso (AAC), adaptaciones curriculares no significativas (ACNS), adaptaciones curriculares significativas, (ACS), adaptaciones para altas capacidades (ACAI), programas de enriquecimientos para altas capacidades (PECAI), programas específicos (PE), etc.

Para la Formación Profesional Inicial, el artículo 17 del Decreto 436/2008 que establece la ordenación y las enseñanzas de FP en Andalucía, indica que para el alumnado con discapacidad se le puede aplicar medidas de acceso al currículo, a fin de promover los principios de igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad.

Por lo tanto, la atención educativa diferente a la ordinaria prevista para el alumnado con discapacidad en la Formación Profesional Inicial es la de Adaptación de Acceso al Currículo (AAC).

El artículo 2 de la Orden 29/9/2010 indica que en el caso de alumnado con discapacidad, el departamento de la familia profesional, a través del equipo educativo de cada uno de los ciclos formativos, tomará las decisiones pertinentes respecto a la adecuación de las actividades formativas, así como de los criterios y los procedimientos de evaluación, garantizándose el acceso a las pruebas de evaluación. Esta adaptación en ningún caso supondrá la supresión de resultados de aprendizaje y objetivos generales del ciclo que afecten a la adquisición de la competencia general del título.

Entregar a:

Jefa/e de departamento → Jefatura estudios

Página 31 de 43

## 12. NORMATIVA

Entre toda la normativa citada en la guía podemos destacar las siguientes:

- ✓ Ley Orgánica 5/2002, de 19 de junio, de las Cualificaciones y de la Formación Profesional.
- ✓ Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación.
- ✓ Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, para la Mejora de la Calidad Educativa.
- ✓ Ley 17/2007, de 10 de diciembre, de Educación de Andalucía.
- ✓ Real Decreto 1147/2011, que establece la ordenación general de la formación profesional.
- ✓ Decreto 436/2008, que establece la ordenación y las enseñanzas de la F.D.P. en Andalucía.
- ✓ Real Decreto 1631/2009 que establece las enseñanzas mínimas del Título de Técnico en Gestión Administrativa.
- ✓ Orden 21/02/2011 que establece las enseñanzas del Título de Técnico en Gestión Administrativa en Andalucía.
- ✓ Orden 29/9/2010 que regula la evaluación, de F.P. en Andalucía.
- ✓ Decreto 327/201, por el que se aprueba el Reglamento Orgánico de los IES.
- ✓ Orden de 20/8/2010 que se regula la organización y el funcionamiento de los IES.

Entregar a:

Jefa/e de departamento → Jefatura estudios

## 13. SECUENCIACIÓN DE UNIDADES DIDÁCTICAS

U.T. 1		EMPRESA Y COMUNICACIÓN									
Resultados de aprendizaje	1. Selecciona las técnicas de comunicación adecuadas, relacionándolas con la estructura e imagen de la empresa y los flujos de información existentes en ella.			Instrumentos de información/evaluación							
Duración	Objetivos generales	Competencias profesionales	Prueba escrita	Actividades	Prácticas						
18 horas	a, b, e, d	a, b	x	x	x						
Contenidos				Criterios de evaluación							
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentación de la unidad.</li> <li>• Comunicación, información y comportamiento. Finalidad de la comunicación.</li> <li>• Elementos y barreras de la comunicación.</li> <li>• Criterios de empatía y principios básicos de la asertividad.</li> <li>• Las relaciones humanas y laborales en la empresa.</li> <li>• La organización empresarial. Organigramas. Concepto y clases de organigramas según su forma gráfica.</li> <li>• Principios de la organización empresarial: organización vertical y horizontal. Principio de equilibrio de la organización.</li> <li>• Tipos de organización empresarial. <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Organización jerárquica, organización funcional, entre otros.</li> </ul> </li> <li>• Departamentos y áreas funcionales tipo. <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Departamentalización por funciones, por clientes, geográfica, entre otros.</li> <li>▪ Áreas funcionales básicas.</li> </ul> </li> <li>• Funciones del personal en la organización.</li> <li>• Descripción de los flujos de comunicación. <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Comunicación ascendente, descendente y lateral.</li> </ul> </li> <li>• La comunicación interna en la empresa, comunicación formal e informal.</li> <li>• La comunicación externa en la empresa. La publicidad y las relaciones públicas</li> </ul>				<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Se ha diferenciado los tipos de organizaciones y sus organigramas funcionales.</li> <li>b) Se ha reconocido la necesidad de comunicación entre las personas que forman una organización.</li> <li>c) Se ha distinguido entre comunicación e información.</li> <li>d) Se han descrito los elementos y procesos que intervienen en la comunicación.</li> <li>e) Se ha diferenciado las comunicaciones internas y externas.</li> <li>f) Se han diferenciado los flujos de información dentro de la empresa.</li> <li>g) Se han diferenciado los conceptos de imagen y cultura de la empresa.</li> <li>h) Se ha seleccionado al destinatario y canal adecuado para cada situación.</li> <li>i) Se ha determinado la mejor forma y actitud a la hora de presentar un mensaje.</li> <li>j) Se han analizado los obstáculos que pueden existir en un proceso de comunicación.</li> </ul>							

Entregar a:

Jefa/e de departamento → Jefatura estudios

U.T. 2		LA COMUNICACIÓN PRESENCIAL EN LA EMPRESA										
Resultados de aprendizaje	2. Transmite información de forma oral, vinculándola a los usos y costumbres socioprofesionales habituales de la empresa.			Instrumentos de información/evaluación								
Duración	Objetivos generales	Competencias profesionales	Prueba escrita	Actividades	Prácticas							
<b>20 horas</b>	b, e, ñ	a, b	x	x	x							
Contenidos				Criterios de evaluación								
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentación de la unidad.</li> <li>• Principios básicos en las comunicaciones orales.</li> <li>• Normas de información y atención oral, internas y externas.</li> <li>• Técnicas de comunicación oral, habilidades sociales y protocolo.</li> <li>• Clases de comunicación oral.</li> <li>• La comunicación no verbal. Elementos.</li> <li>• La comunicación verbal dentro del ámbito de la empresa.</li> <li>• Comunicaciones en la recepción de visitas: acogida, identificación, gestión, despedida.</li> </ul>				<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Se han identificado los principios básicos a tener en cuenta en la comunicación verbal.</li> <li>b) Se ha identificado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales.</li> <li>c) Se han tenido en cuenta las costumbres socioculturales y los usos empresariales.</li> <li>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.</li> <li>e) Se ha elaborado el mensaje verbal, de manera concreta y precisa, valorando las posibles dificultades en su transmisión.</li> <li>f) Se ha utilizado el léxico y expresiones adecuadas al tipo de comunicación y a los interlocutores.</li> <li>g) Se ha presentado el mensaje verbal elaborado utilizando el lenguaje no verbal más adecuado.</li> </ul>								

<b>Entregar a:</b>	<b>Página 34 de 43</b>
Jefa/e de departamento → Jefatura estudios	

U.T. 3		LA COMUNICACIÓN TELEFÓNICA										
Resultados de aprendizaje	2. Transmite información de forma oral, vinculándola a los usos y costumbres socioprofesionales habituales de la empresa.			Instrumentos de información/evaluación								
Duración	Objetivos generales	Competencias profesionales	Prueba escrita	Actividades	Prácticas							
21 horas	b, e, ñ	a, b	x	x	x							
Contenidos				Criterios de evaluación								
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentación de la unidad.</li> <li>• La comunicación telefónica. Barreras y dificultades en la transmisión de la información.</li> <li>• El teléfono y su uso. La centralita. Uso del listín telefónico.</li> <li>• Normas para hablar correctamente por teléfono. Uso del teléfono en la comunicación presencial.</li> <li>• La informática en las comunicaciones verbales.</li> </ul>				<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Se han identificado los principios básicos a tener en cuenta en la comunicación verbal.</li> <li>b) Se ha identificado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales.</li> <li>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.</li> <li>e) Se ha elaborado el mensaje verbal, de manera concreta y precisa, valorando las posibles dificultades en su transmisión.</li> <li>f) Se ha utilizado el léxico y expresiones adecuadas al tipo de comunicación y a los interlocutores.</li> <li>g) Se ha presentado el mensaje verbal elaborado utilizando el lenguaje no verbal más adecuado.</li> <li>h) Se han utilizado equipos de telefonía e informáticos aplicando las normas básicas de uso.</li> </ul>								

Entregar a:	Página 35 de 43
Jefa/e de departamento → Jefatura estudios	

U.T. 4		LAS COMUNICACIONES ESCRITAS									
<b>Resultados de aprendizaje</b>	3. Transmite información escrita, aplicando las técnicas de estilo a diferentes tipos de documentos propios de la empresa y de la Administración Pública.			<b>Instrumentos de información/evaluación</b>							
<b>Duración</b>	<b>Objetivos generales</b>	<b>Competencias profesionales</b>	<b>Prueba escrita</b>	<b>Actividades</b>	<b>Prácticas</b>						
<b>30 horas</b>	ñ	a, b		x	x						
<b>Contenidos</b>				<b>Criterios de evaluación</b>							
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentación de la unidad.</li> <li>- La comunicación escrita en la empresa.</li> <li>- Normas de comunicación y expresión escrita. <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Normas ortográficas, sintácticas y de léxico en la correspondencia comercial.</li> </ul> </li> <li>- La carta comercial. Estructura. <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Estilo de carta comercial.</li> <li>▪ Clases de cartas comerciales.</li> </ul> </li> <li>- Formatos tipo de documentos de uso en la empresa y en las Administraciones Públicas.</li> <li>- Medios y equipos ofimáticos y telemáticos.</li> <li>- El correo electrónico. Estructura y redacción.</li> </ul>				<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Se han identificado los soportes y los canales para elaborar y transmitir los documentos: tipo de papel, sobre y otros.</li> <li>b) Se han identificado los canales de transmisión: correo convencional, correo electrónico, fax, mensajes cortos o similares.</li> <li>c) Se han diferenciado los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad y confidencialidad.</li> <li>d) Se ha identificado al destinatario observando las debidas normas de protocolo.</li> <li>e) Se han clasificado las tipologías más habituales de documentos dentro de la empresa según su finalidad.</li> <li>f) Se ha redactado el documento apropiado, cumpliendo las normas ortográficas y sintácticas en función de su finalidad y de la situación de partida.</li> <li>g) Se han identificado las herramientas de búsqueda de información para elaborar la documentación.</li> <li>h) Se han utilizado aplicaciones informáticas de procesamiento de textos o autoedición.</li> </ul>							

<b>Entregar a:</b>	<b>Página 36 de 43</b>
Jefa/e de departamento → Jefatura estudios	

U.T. 5		EL TRATAMIENTO DE LA CORRESPONDENCIA Y LA PAQUETERÍA										
Resultados de aprendizaje	3. Transmite información escrita, aplicando las técnicas de estilo a diferentes tipos de documentos propios de la empresa y de la Administración Pública			Instrumentos de información/evaluación								
Duración	Objetivos generales	Competencias profesionales	Prueba escrita	Actividades	Prácticas							
15 horas	ñ	a, b	x	x	x							
Contenidos				Criterios de evaluación								
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentación de la unidad.</li> <li>• La recepción de la correspondencia.</li> <li>• Servicios de correos, circulación interna de correspondencia y paquetería</li> <li>• Envío de la correspondencia.</li> <li>• Procedimientos de registro de entrada y salida de correspondencia y paquetería.</li> <li>• Aplicación de procedimientos de seguridad y confidencialidad de la información.</li> <li>• Aplicación de las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).</li> </ul>				<ul style="list-style-type: none"> <li>h) Se han utilizado las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos o autoedición.</li> <li>i) Se han cumplimentado los libros de registro de entrada y salida de correspondencia y paquetería en soporte informático y/o convencional.</li> <li>j) Se ha utilizado la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos establecidos para las empresas e instituciones públicas y privadas.</li> <li>k) Se han aplicado, en la elaboración de documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).</li> </ul>								

Entregar a:	Página 37 de 43
Jefa/e de departamento → Jefatura estudios	

U.T. 6		ARCHIVO Y CLASIFICACIÓN DE DOCUMENTOS											
Resultados de aprendizaje	4. Archiva información en soporte papel e informático, reconociendo los criterios de eficiencia y ahorro en los trámites administrativos.		Instrumentos de información/evaluación										
Duración	Objetivos generales	Competencias profesionales	Prueba escrita	Actividades	Prácticas								
15 horas	f	c		x	x								
Contenidos				Criterios de evaluación									
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentación de la unidad.</li> <li>– Archivo de la información en soporte papel. <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Clasificación y ordenación de documentos. Clasificación de la información. Criterios de clasificación. Sistemas de clasificación.</li> <li>▪ Normas de clasificación. Ventajas e inconvenientes.</li> <li>▪ Técnicas de archivo. Naturaleza. Finalidad del archivo.</li> <li>▪ Archivo de documentos. Captación, elaboración de datos y su custodia. Normas para el archivo.</li> <li>▪ El libro de registro.</li> <li>▪ Sistemas de archivo. Convencionales. Por microfilme. Informáticos.</li> <li>▪ Centralización o descentralización del archivo.</li> <li>▪ El proceso de archivo.</li> <li>▪ Confección y presentación de informes procedentes del archivo.</li> <li>▪ La purga o destrucción de la documentación.</li> <li>▪ Confidencialidad de la información y documentación.</li> </ul> </li> <li>– Archivo de la información en soporte informático: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Las bases de datos para el tratamiento de la información.</li> <li>▪ Estructura y funciones de una base de datos.</li> <li>▪ Procedimientos de protección de datos.</li> <li>▪ Archivos y carpetas. Identificación y organización.</li> </ul> </li> <li>• Organización en carpetas del correo electrónico y otros sistemas de comunicación telemática.</li> </ul>				<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Se ha descrito la finalidad de organizar la información y los objetivos que se persiguen.</li> <li>b) Se han diferenciado las técnicas de organización de la 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.</li> <li>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.</li> <li>d) Se han identificado las principales bases de datos de las organizaciones, su estructura y funciones.</li> <li>e) Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiados al tipo de documentos.</li> <li>f) Se han realizado árboles de archivos informáticos para ordenar la documentación digital.</li> <li>g) Se han aplicado las técnicas de archivo en los intercambios de información telemática (intranet, extranet, correo electrónico).</li> </ul>									

U.T. 7		DETECCIÓN DE LAS NECESIDADES DEL CLIENTE Y SU SATISFACCIÓN										
Resultados de aprendizaje	5. Reconoce necesidades de posibles clientes aplicando técnicas de comunicación.			Instrumentos de información/evaluación								
Duración	Objetivos generales	Competencias profesionales	Prueba escrita	Actividades	Prácticas							
14 horas	ñ	i	x	x	x							
Contenidos				Criterios de evaluación								
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentación de la unidad.</li> <li>– Concepto e identificación del cliente, el cliente interno, el cliente externo.</li> <li>– El conocimiento del cliente y sus motivaciones. <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Teorías de la motivación.</li> </ul> </li> <li>– El comportamiento del consumidor. <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Modelos que explican el comportamiento del consumidor.</li> <li>▪ Factores que determinan el comportamiento del consumidor.</li> <li>▪ El proceso de decisión de compras.</li> </ul> </li> <li>– Elementos de atención al cliente, entorno, organización y empleados.</li> <li>– Elementos de la atención al cliente, la acogida, el seguimiento, la gestión y la despedida.</li> <li>– La percepción del cliente respecto a la atención recibida.</li> <li>– La satisfacción del cliente. Factores de los que depende.</li> <li>• Los procesos en contacto con el cliente externo.</li> </ul>				<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Se han desarrollado técnicas de comunicación y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente en situaciones de atención/asesoramiento interno.</li> <li>b) Se han identificado las fases que componen el proceso de atención al cliente/consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación.</li> <li>c) Se han reconocido los errores más habituales que se cometen e la comunicación con el cliente.</li> <li>d) Se ha obtenido, en su caso, la información histórica del cliente.</li> <li>e) Se ha adaptado adecuadamente su actitud y discurso a la situación de la que se parten.</li> <li>f) Se ha observado la forma y actitud adecuadas en la atención y asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado.</li> <li>g) Se han distinguido las distintas etapas de un proceso comunicativo.</li> </ul>								

U.T. 8		ATENCIÓN DE QUEJAS Y RECLAMACIONES										
Resultados de aprendizaje	6. Atiende consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes aplicando la normativa vigente en materia de consumo.			Instrumentos de información/evaluación								
Duración	Objetivos generales	Competencias profesionales	Prueba escrita	Actividades	Prácticas							
12 horas	ñ	p	x	x	x							
Contenidos				Criterios de evaluación								
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentación de la unidad. <ul style="list-style-type: none"> <li>– El departamento de atención al cliente. Funciones.</li> <li>– Valoración del cliente de la atención recibida, reclamación, queja, sugerencias, felicitación.</li> <li>– Elementos de una queja o reclamación.</li> <li>– Las fases de la resolución de quejas/reclamaciones.</li> <li>– Gestión reactiva de las reclamaciones. <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Circuito de las reclamaciones.</li> <li>▪ Organización del departamento.</li> </ul> </li> <li>– Gestión reactiva de las reclamaciones.</li> <li>– La anticipación a los errores.</li> <li>– El seguimiento de los clientes perdidos.</li> <li>– El consumidor. <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Derechos básicos.</li> <li>▪ Derechos específicos.</li> </ul> </li> <li>– Instituciones de consumo. <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Instituciones públicas.</li> <li>▪ Organismos privados.</li> <li>▪ Arbitraje.</li> </ul> </li> <li>– Normativa en materia de consumo.</li> <li>– Procedimiento de recogida de las reclamaciones y denuncias.</li> <li>– Recepción, registro y acuse de recibo.</li> <li>– Tramitación y gestión. <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tipos de demandas.</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>• La hoja de reclamaciones.</li> </ul>				<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Se han descrito las funciones del departamento de atención al cliente en empresas.</li> <li>b) Se ha interpretado la comunicación recibida por parte del cliente.</li> <li>c) Se han identificado los elementos de la queja/reclamación.</li> <li>d) Se han reconocido las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/reclamaciones.</li> <li>e) Se ha identificado y localizado la información que hay que suministrar al cliente.</li> <li>f) Se han utilizado los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones.</li> <li>g) Se ha cumplimentado, en su caso, un escrito de respuesta utilizando medios electrónicos u otros canales de comunicación.</li> <li>h) Se ha reconocido la importancia de la protección del consumidor.</li> <li>i) Se ha identificado la normativa en materia de consumo.</li> <li>j) Se han diferenciado los tipos de demanda o reclamación.</li> </ul>								

Entregar a:	<b>Página 40 de 43</b>
Jefa/e de departamento → Jefatura estudios	

U.T. 9		POTENCIACIÓN DE LA IMAGEN EMPRESARIAL										
Resultados de aprendizaje	7. Potencia la imagen de empresa reconociendo y aplicando los elementos y herramientas del marketing.			Instrumentos de información/evaluación								
Duración	Objetivos generales	Competencias profesionales	Prueba escrita	Actividades	Prácticas							
8 horas	f	r		x	x							
Contenidos				Criterios de evaluación								
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentación de la unidad.</li> <li>– Naturaleza y alcance del marketing. <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ La imagen corporativa.</li> <li>▪ Concepto de marketing. El departamento de marketing. Funciones.</li> <li>▪ Los elementos del marketing. Producto, precios, distribución, promoción, logística, relación con los clientes, entre otros.</li> </ul> </li> <li>– El marketing en la actividad económica, su influencia en la imagen de la empresa.</li> <li>– Políticas de comunicación. <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ La publicidad. Concepto, principios y objetivos. Tipos de publicidad. Publicidad ilícita. Medios, soportes y formas publicitarias.</li> <li>▪ Las relaciones públicas. Concepto. Actividades que desarrolla.</li> </ul> </li> </ul>				<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Se ha identificado el concepto de marketing.</li> <li>b) Se han reconocido las funciones principales del marketing.</li> <li>c) Se ha valorado la importancia del departamento de marketing.</li> <li>d) Se han diferenciado los elementos y herramientas básicos que componen el marketing.</li> <li>e) Se ha valorado la importancia de la imagen corporativa para conseguir los objetivos de la empresa.</li> <li>f) Se ha valorado la importancia de la imagen corporativa para conseguir los objetivos de la empresa.</li> <li>g) Se ha identificado la fidelización del cliente como un objetivo prioritario del marketing.</li> </ul>								

Entregar a:	<b>Página 41 de 43</b>
Jefa/e de departamento → Jefatura estudios	

U.T. 10		CALIDAD EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE										
Resultados de aprendizaje	8. Aplica procedimientos de calidad en la atención al cliente identificando los estándares establecidos.			Instrumentos de información/evaluación								
Duración	Objetivos generales	Competencias profesionales	Prueba escrita	Actividades	Prácticas							
8 horas	r, p	ñ	x	x	x							
Contenidos				Criterios de evaluación								
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentación de la unidad.</li> <li>– La calidad de servicio como elemento de la competitividad de la empresa. <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Concepto, factores que influyen.</li> <li>▪ Actuación eficaz en el trato con el cliente.</li> <li>▪ Servicio postventa.</li> </ul> </li> <li>– Tratamiento de anomalías producidas en la presentación del servicio.</li> <li>– Procedimientos de control del servicio. <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ La calidad del servicio.</li> <li>▪ Los estándares de calidad del servicio.</li> <li>▪ La anticipación a los problemas.</li> </ul> </li> <li>– Evaluación y control del servicio.</li> <li>– Control del servicio postventa. <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Procedimientos.</li> <li>▪ Análisis de la información.</li> <li>▪ La gestión de las relaciones con los clientes (CRM).</li> </ul> </li> <li>– La fidelización del cliente. El plan de marketing relacional.</li> </ul>				<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Se han identificado los factores que influyen en la prestación del servicio al cliente.</li> <li>b) Se han descrito las fases del procedimiento de relación con los clientes.</li> <li>c) Se han descrito los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio.</li> <li>d) Se ha valorado la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos.</li> <li>e) Se han detectado los errores producidos en la prestación del servicio.</li> <li>f) Se ha aplicado el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas.</li> <li>g) Se ha explicado el significado e importancia del servicio post-venta y su relación con la fidelización del cliente.</li> <li>h) Se han identificado las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio post-venta.</li> <li>i) Se han descrito los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio post-venta, así como sus fases y herramientas.</li> </ul>								

Entregar a:	<b>Página 42 de 43</b>
Jefa/e de departamento → Jefatura estudios	

**ANEXO 1: La distribución de contenidos a lo largo del curso se desarrolla en el siguiente anexo para que el alumno tenga una programación del módulo de forma más detallada en caso de enseñanza telemática.**

Unidad 1. Empresa y comunicación.	15/9 al 8/10 Presentación del tema y explicación de contenido.	9/10 entrega por Moodle Centros de las prácticas para su corrección. Devolución de las prácticas corregidas para su rectificación de los posibles errores.
Unidad 2. La comunicación presencial en la empresa	11/10 al 9/11. Presentación del tema y explicación de contenidos.	10/11 entrega por Moodle Centros de las prácticas para su corrección. Devolución de las prácticas corregidas para su rectificación de los posibles errores.
Unidad 3 La comunicación telefónica	10/11 al 10/12. Presentación del tema y explicación de contenidos.	11/12 entrega por Moodle Centros de las prácticas para su corrección. Devolución de las prácticas corregidas para su rectificación de los posibles errores.
Unidad 7. Detección de las necesidades del cliente y de su satisfacción	10/01 AL 27/01. Presentación del tema y explicación de contenidos.	28/1 entrega por Moodle Centros de las prácticas para su corrección. Devolución de las prácticas corregidas para su rectificación de los posibles errores.
Unidad 4. Las comunicaciones escritas	28/01 al 14/03. Presentación del tema y explicación de contenidos	15/3 entrega por Moodle Centros de las prácticas para su corrección. Devolución de las prácticas corregidas para su rectificación de los posibles errores.
Unidad 5. El tratamiento de la correspondencia y de la paquetería.	15/3 al 4/4. Presentación del tema y explicación de contenidos.	5/4 entrega por Moodle Centros de las prácticas para su corrección. Devolución de las prácticas corregidas para su rectificación de los posibles errores.
Unidad 8. Atención de quejas y reclamaciones.	5/4 al 27/4. Presentación del tema y explicación de contenidos.	28/4 entrega por Moodle Centros de las prácticas para su corrección. Devolución de las prácticas corregidas para su rectificación de los posibles errores.
Unidad 6. Archivo y clasificación de documentos	28/5 al 20/5. Presentación del tema y explicación de contenidos.	21/5 entrega por Moodle Centros de las prácticas para su corrección. Devolución de las prácticas corregidas para su rectificación de los posibles errores.
Unidad 9. Potenciación de la imagen empresarial.	23/5 al 3/6. Presentación del tema y explicación de contenidos.	4/6 entrega por Moodle Centros de las prácticas para su corrección. Devolución de las prácticas corregidas para su rectificación de los posibles errores.
Unidad 10. Calidad en la atención al cliente.	6/5 al 15/5. Presentación del tema y explicación de contenidos.	16/5 entrega por Moodle Centros de las prácticas para su corrección. Devolución de las prácticas corregidas para su rectificación de los posibles errores.

**PROGRAMACIÓN ANUAL TELEMÁTICA**

Entregar a:

Jefa/e de departamento → Jefatura estudios