Comunicación y Atención al Cliente

1º ADINISTRACIÓN Y FINANZAS.

PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA.
IES AGUILAR Y CANO.

PROFESORA: ESPERANZA MARTÍN GÓMEZ.

1. INTRODUCCIÓN 3
2. OBJETIVOS Y COMPETENCIAS 3
   2.1. OBJETIVOS GENERALES DEL CICLO VINCULADOS AL MÓDULO 3
   2.2. COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES 4
3. RESULTADOS DE APRENDIZAJE, CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y CONTENIDOS 5
4. METODOLOGÍA 12
5. TEMPORALIZACIÓN 13
6. UNIDADES DE TRABAJO 14
7. EVALUACIÓN 25
   7.1. EVALUACIÓN DEL PROCESO DE APRENDIZAJE.PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN 25
   7.2. CRITERIOS DE EVALUACIÓN 27
   7.3. INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN 35
   7.4. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN 36
   7.5. SESIONES DE EVALUACIÓN 37
   7.6. SISTEMAS Y CRITERIOS DE RECUPERACIÓN 38
   7.7. EVALUACIÓN PRÁCTICA DOCENTE 39
8. TENCIÓN A LA DIVERSIDAD 42
9. RECURSOS DIDÁCTICOS 43

1. INTRODUCCIÓN.

Las enseñanzas del ***Título de Técnico Superior en Administración y Finanzas*** se recogen en la ***Orden ECD/308/2012, de 15 de febrero,*** por la que se establece el currículo del ciclo formativo de Grado Superior correspondiente al título de Técnico Superior en Administración y Finanzas, establecido en el ***Real Decreto 1584/2011, de 4 de noviembre.*** La referencia normativa en Andalucía se encuentra en la ***Orden de 11 de marzo de 2013***, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico Superior en Administración y Finanzas.

El nuevo título queda identificado por los siguientes elementos:

- Denominación: Administración y Finanzas.
- Nivel: Formación Profesional de Grado Superior.
- Duración: 2000 horas
- Familia Profesional: Administración y Gestión.
- Referente en la Clasificación Internacional Normalizada de la Educación: CINE-5b.
- Nivel del Marco Español de Cualificaciones para la educación superior: Nivel 1 Técnico Superior.

La competencia general de este título consiste en organizar y ejecutar las operaciones de gestión y administración en los procesos comerciales, laborales, contables, fiscales y financieros de una empresa pública o privada, aplicando la normativa vigente y los protocolos de gestión de calidad, gestionando la información, asegurando la satisfacción del cliente y/o usuario y actuando según las normas de prevención de riesgos laborales y protección medioambiental.

2. OBJETIVOS Y COMPETENCIAS.

2.1. OBJETIVOS GENERALES DEL CICLO

Entre los objetivos generales que tiene el ciclo formativo y que están ligados con el módulo mencionaremos los siguientes:

a) Analizar y confeccionar los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa, identificando la tipología de los mismos y su finalidad, para gestionarlos.

b) Analizar los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa reconociendo su estructura, elementos y características para elaborarlos.

c) Identificar y seleccionar las expresiones de lengua inglesa, propias de la empresa, para elaborar documentos y comunicaciones.

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) Analizar la información disponible para detectar necesidades relacionadas con la gestión empresarial.

f) Organizar las tareas administrativas de las áreas funcionales de la empresa para

proponer líneas de actuación y mejora.

g) Identificar las técnicas y parámetros que determinan las empresas para clasificar, registrar y archivar comunicaciones y documentos.

n) Reconocer las técnicas de atención al cliente/usuario, adecuándolas a cada caso y analizando los protocolos de calidad e imagen empresarial o institucional para desempeñar las actividades relacionadas.

s) Aplicar estrategias y técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a la finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia en los procesos de comunicación.

2.2. COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES.

La formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias a), b), d), e), n), p) y r) de las enumeradas en el citado R.D.:

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, información obtenida y/o necesidades detectadas.

d) Proponer líneas de actuación encaminadas a mejorar la eficiencia de los procesos administrativos en los que interviene.

e) Clasificar, registrar y archivar comunicaciones y documentos según las técnicas apropiadas y los parámetros establecidos en la empresa.

n) Adaptarse a las nuevas situaciones laborales, manteniendo actualizados los conocimientos científicos, técnicos y tecnológicos relativos a su entorno profesional, gestionando su formación y los recursos existentes en el aprendizaje a lo largo de la vida y utilizando las tecnologías de la información y la comunicación.

p) Comunicarse con sus iguales, superiores, clientes y personas bajo su responsabilidad, utilizando vías eficaces de comunicación, transmitiendo la información o conocimientos adecuados y respetando la autonomía y competencia de las personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.

r) Supervisar y aplicar procedimientos de gestión de calidad, de accesibilidad universal y de “diseño para todos”, en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar la función de comunicación interna y externa de la empresa, que incluye aspectos como:

– El desarrollo de tareas relacionadas con la comunicación interna y externa y los flujos de información interdepartamentales.

– El desarrollo de habilidades sociales con empleados y clientes en la comunicación oral y escrita.

– Los procesos de recepción, registro, distribución y recuperación de la información dentro de la empresa.

– Los procedimientos de gestión de quejas y el servicio posventa. Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

– Todas las áreas y departamentos de pequeñas, medianas y grandes empresas de cualquier sector de actividad.

La formación del módulo también contribuye a alcanzar los objetivos generales a), b), c), d), e), g), n) y s) del ciclo formativo del título.

Las líneas de actuación en el proceso de enseñanza-aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo versarán sobre:

– El análisis y aplicación de técnicas de comunicación oral y escrita.

– El conocimiento y manejo de los principios que rigen las habilidades sociales en la empresa.

– Las técnicas de confección y registro de la información y la documentación de la empresa, utilizando las aplicaciones informáticas más avanzadas.

– El análisis de los principios y tendencias en la atención de quejas y el desarrollo del servicio posventa en las organizaciones.

– El conocimiento y valoración de la responsabilidad social corporativa de las organizaciones y su incidencia en la imagen de las mismas.

3. RESULTADOS DE APRENDIZAJE, CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y CONTENIDOS.

RA 1. Caracteriza técnicas de comunicación institucional y promocional, y distingue entre internas y externas

Criterios de evaluación:

a) Se han identificado los tipos de instituciones empresariales, describiendo sus características jurídicas, funcionales y organizativas.

b) Se han relacionado las funciones tipo de la organización: dirección, planificación, organización, ejecución y control.

c) Se ha identificado la estructura organizativa para una asistencia o la prestación de un servicio de calidad.

d) Se han relacionado los distintos estilos de mando de una organización con el clima laboral que generan.

e) Se han definido los canales formales de comunicación en la organización a partir de su organigrama.

f) Se han diferenciado los procesos de comunicación internos formales e informales.

g) Se ha valorado la influencia de la comunicación informal y las cadenas de rumores en las organizaciones, y su repercusión en las actuaciones del servicio de información prestado.

h) Se ha relacionado el proceso de demanda de información de acuerdo con el tipo de cliente, interno y externo, que puede intervenir en la misma.

i) Se ha valorado la importancia de la transmisión de la imagen corporativa de la organización en las comunicaciones formales.

j) Se han identificado los aspectos más significativos que transmiten la imagen corporativa en las comunicaciones institucionales y promocionales de la organización.

Contenidos:

Técnicas de comunicación institucional y promocional:

- Las organizaciones empresariales. Características jurídicas, funcionales y organizativas

- Las funciones en la organización: dirección, planificación, organización y control. Los departamentos.
- Tipología de las organizaciones. Organigramas.
- Dirección en la empresa. Funciones de la dirección. Estilos de mando: dirección y/o liderazgo. Teorías y enfoques del liderazgo.
- Procesos y sistemas de información en las organizaciones: comunicación en la demanda de información y su prestación.
- Tratamiento de la información. Flujos interdepartamentales.
- Elementos y barreras de la comunicación.
- Comunicación, información y comportamiento.
- Las relaciones humanas y laborales en la empresa.
- La comunicación interna en la empresa: comunicación formal e informal.
- La comunicación externa en la empresa.
- Calidad del servicio y atención de demandas. Métodos de valoración. Normas de calidad aplicables.
- La imagen corporativa e institucional en los procesos de información y comunicación en las organizaciones.

RA 2. Realiza comunicaciones orales presenciales y no presenciales, mediante la aplicación de técnicas de comunicación adaptadas a la situación y al interlocutor

Criterios de evaluación:

a) Se han identificado los elementos y las etapas de un proceso de comunicación.

b) Se han aplicado las distintas técnicas de comunicación oral presencial y telefónica.

c) Se ha aplicado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales.

d) Se han identificado los elementos necesarios para realizar y recibir una llamada telefónica efectiva en sus distintas fases: preparación, presentación-identificación y realización de la misma.

e) Se han tenido en cuenta las costumbres socioculturales y los usos empresariales y se ha valorado la importancia de la transmisión de la imagen corporativa.

f) Se han detectado las interferencias que producen las barreras de la comunicación en la comprensión de un mensaje y se han propuesto las acciones correctivas necesarias.

g) Se ha utilizado el léxico y las expresiones adecuadas al tipo de comunicación y a los interlocutores.

h) Se han aplicado convenientemente elementos de comunicación no verbal en los mensajes emitidos.

i) Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y con sensibilidad.

j) Se han comprobado los errores cometidos y se han propuesto las acciones correctoras necesarias.

Contenidos:

Las comunicaciones orales presenciales y no presenciales:

- Elementos y etapas de un proceso de comunicación oral.
- Principios básicos en las comunicaciones orales.
- Técnicas de comunicación oral: empatía, asertividad, escucha activa, sonrisa y proxemia, entre otras.
- Habilidades sociales y protocolo en la comunicación oral.
- Formas de comunicación oral. La comunicación verbal y no verbal.
- Barreras de la comunicación verbal y no verbal.
- Adecuación del mensaje al tipo de comunicación y al interlocutor.
- Utilización de técnicas de imagen personal.
- Comunicaciones en la recepción de visitas: acogida, identificación, gestión y despedida.
- Realización de entrevistas.
- Realización de presentaciones. Aplicación de técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las presentaciones.
- La comunicación telefónica. Proceso y partes intervinientes.
- Componentes de la atención telefónica: voz, timbre, tono, ritmo, silencios y sonrisa, entre otros. Expresiones adecuadas.
- La cortesía en las comunicaciones telefónicas.
- Técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones telemáticas.
- Preparación y realización de llamadas.
- Identificación de los interlocutores.
- Tratamiento de distintas categorías de llamadas. Enfoque y realización de llamadas de consultas o reclamaciones.
- Administración de llamadas. Realización de llamadas efectivas.
- Filtrado de llamadas. Recogida y transmisión de mensajes.
- La centralita.
- Uso del listín telefónico.
- La videoconferencia.

RA 3. Elabora documentos escritos de carácter profesional, aplicando criterios lingüísticos, ortográficos y de estilo.

Criterios de evaluación:

a) Se han identificado los soportes y los canales para elaborar y transmitir los documentos.

b) Se han diferenciado los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad y confidencialidad.

c) Se ha identificado al destinatario, observando las debidas normas de protocolo.

d) Se han diferenciado las estructuras y estilos de redacción propias de la documentación profesional.

e) Se ha redactado el documento apropiado, utilizando una estructura, terminología y

forma adecuadas, en función de su finalidad y de la situación de partida.

f) Se han utilizado las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos y autoedición, así como sus herramientas de corrección.

g) Se han publicado documentos con herramientas de la web 2.0.

h) Se ha adecuado la documentación escrita al manual de estilo de organizaciones tipo.

i) Se ha utilizado la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos, establecida para las empresas e instituciones públicas y privadas.

j) Se han aplicado, en la elaboración de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar y reciclar).

k) Se han aplicado técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones escritas, valorando su importancia para las organizaciones.

Contenidos:

Elaboración de documentos profesionales escritos:

- La comunicación escrita en la empresa. Normas de comunicación y expresión escrita.
- Estilos de redacción. Pautas de realización. Técnicas y normas gramaticales. Construcción de oraciones. Normas de corrección ortográfica. Técnicas de sintetización de contenidos. Riqueza de vocabulario en los documentos.
- Siglas y abreviaturas.
- Herramientas para la corrección de textos: diccionarios, gramáticas, sinónimos y antónimos, entre otras.
- Estructuras y estilos de redacción en la documentación profesional: informes, cartas, presentaciones escritas, actas, solicitudes, oficios y memorandos, entre otros.
- Redacción de documentos profesionales, utilizando tratamientos de textos.
- Comunicación en las redes (Intra/Internet, blogs, redes sociales, chats y mensajería instantánea, entre otros). La netiqueta.
- Técnicas de comunicación escrita a través de: Fax. Correo electrónico. Mensajería instantánea. Correo postal. Otros.
- Técnicas de transmisión de la imagen corporativa en los escritos.

RA 4. Determina los procesos de recepción, registro, distribución y recuperación de comunicaciones escritas, aplicando criterios específicos de cada una de estas tareas.

Criterios de evaluación:

a) Se han identificado los medios, procedimientos y criterios más adecuados en la recepción, registro, distribución y transmisión de comunicación escrita a través de los medios telemáticos.

b) Se han determinado las ventajas e inconvenientes de la utilización de los distintos medios de transmisión de la comunicación escrita.

c) Se ha seleccionado el medio de transmisión más adecuado en función de los criterios de urgencia, coste y seguridad.

d) Se han identificado los soportes de archivo y registro más utilizados en función de las características de la información que se va a almacenar.

e) Se han analizado las técnicas de mantenimiento del archivo de gestión de

correspondencia convencional.

f) Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiado al tipo de documentos.

g) Se han reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación.

h) Se han respetado los niveles de protección, seguridad y acceso a la información según la normativa vigente y se han aplicado, en la elaboración y archivo de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).

i) Se han registrado los correos electrónicos recibidos o emitidos de forma organizada y rigurosa, según técnicas de gestión eficaz.

j) Se ha realizado la gestión y mantenimiento de libretas de direcciones.

k) Se ha valorado la importancia de la firma digital en la correspondencia electrónica.

Contenidos:

Determinación de los procesos de recepción, registro, distribución y recuperación de la información:

- La recepción, envío y registro de la correspondencia: libros de entrada y salida.
- Servicios de correos, circulación interna de correspondencia y paquetería.
- Procedimientos de seguridad y confidencialidad de la información.
- Clasificación y ordenación de documentos. Normas de clasificación. Ventajas e inconvenientes.
- Técnicas de archivo: naturaleza. Finalidad del archivo.
- Archivo de documentos. Captación, elaboración de datos y custodia.
- Sistemas de archivo. Convencionales. Informáticos.
- Clasificación de la información.
- Centralización o descentralización del archivo.
- El proceso de archivo.
- Custodia y protección del archivo: La purga o destrucción de la documentación.
- Confidencialidad de la información y documentación.
- Procedimientos de protección de datos.
- Las bases de datos para el tratamiento de la información.
- El correo electrónico:
    - Contratación de direcciones de correo e impresión de datos.
    - Configuración de la cuenta de correo.
    - Uso de las herramientas de gestión de la aplicación de correo electrónico.

RA 5. Aplica técnicas de comunicación, identificando las más adecuadas en la relación y atención a los clientes/usuarios.

Criterios de evaluación:

a) Se han aplicado técnicas de comunicación y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente/usuario en situaciones de atención/asesoramiento al mismo.

b) Se han identificado las fases que componen el proceso de atención al cliente/consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación.

c) Se ha adoptado la actitud más adecuada según el comportamiento del cliente ante diversos tipos de situaciones.
d) Se han analizado las motivaciones de compra o demanda de un producto o servicio por parte del cliente/usuario.
e) Se ha obtenido, en su caso, la información histórica del cliente.
f) Se ha aplicado la forma y actitud adecuadas en la atención y asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado.
g) Se han analizado y solucionado los errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente/usuario.

Contenidos:

Técnicas de comunicación relacionadas con la atención al cliente/usuario:

- El cliente: sus tipos.
- La atención al cliente en la empresa/organización: Variables que influyen en la atención al cliente/usuario.
- Posicionamiento e imagen de marca.
- El departamento de atención al cliente/consumidor en la empresa.
- Documentación implicada en la atención al cliente.
- Sistemas de información y bases de datos (herramientas de gestión de la relación con el cliente –CRM–).
- Relaciones públicas.
- Canales de comunicación con el cliente.
- Procedimientos de obtención y recogida de información.
- Técnicas de atención al cliente: dificultades y barreras en la comunicación con clientes/usuarios.

RA 6. Gestiona consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes, aplicando la normativa vigente.

Criterios de evaluación:

a) Se han descrito las funciones del departamento de atención al cliente en empresas.
b) Se ha valorado la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos.
c) Se ha interpretado la comunicación recibida por parte del cliente.
d) Se han relacionado los elementos de la queja/reclamación con las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/reclamaciones.
e) Se han diferenciado los tipos de demanda o reclamación.
f) Se ha gestionado la información que hay que suministrar al cliente.
g) Se han determinado los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones.
h) Se han redactado escritos de respuesta, utilizando medios electrónicos u otros canales de comunicación.
i) Se ha valorado la importancia de la protección del consumidor.
j) Se ha aplicado la normativa en materia de consumo.

Contenidos:

Gestión de consultas, quejas y reclamaciones:

- La protección del consumidor y/o usuario.
- El rol del consumidor y/o usuario.
- Derechos y deberes de los consumidores y/o usuarios.
- La defensa del consumidor: legislación europea, estatal y autonómica.
- Instituciones y organismos de protección al consumidor: Entes públicos. Entes privados: asociaciones de consumidores, asociaciones sectoriales y cooperativas de consumo.
- Reclamaciones y denuncias: Normativa reguladora en caso de reclamación o denuncia. Documentos necesarios o pruebas en una reclamación. Configuración documental de la reclamación. Tramitación y gestión: proceso de tramitación, plazos de presentación, órganos o entes intervinientes.
- Mediación y arbitraje: concepto y características. Situaciones en las que se origina una mediación o arbitraje.
- La mediación: Personas físicas o jurídicas que intervienen. Requisitos exigibles. Aspectos formales. Procedimiento.
- El arbitraje de consumo: Legislación aplicable. Las juntas arbitrales. Organigrama funcional. Personas físicas o jurídicas que intervienen. Procedimiento.

RA 7. Organiza el servicio postventa, relacionándolo con la fidelización del cliente.
Criterios de evaluación:

a). Se ha valorado la importancia del servicio posventa en los procesos comerciales.
b). Se han identificado los elementos que intervienen en la atención posventa.
c). Se han identificado las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio posventa.
d). Se han aplicado los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio posventa y los elementos que intervienen en la fidelización del cliente.
e). Se han distinguido los momentos o fases que estructuran el proceso de posventa.
f). Se han utilizado las herramientas de gestión de un servicio posventa.
g). Se han descrito las fases del procedimiento de relación con los clientes.
h). Se han descrito los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio.
i). Se han detectado y solventado los errores producidos en la prestación del servicio.
j). Se ha aplicado el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas.

Contenidos:

Organización del servicio posventa:

- El valor de un producto o servicio para el cliente: Valor de compra. Valor de uso. Valor final.
- Actividades posteriores a la venta: Tratamiento de quejas/reclamaciones. Asesoramiento para el uso. Instalación. Mantenimiento. Reparación.

- El proceso posventa y su relación con otros procesos:
- Información de entrada: necesidades y expectativas de los clientes, situación de la competencia, plan estratégico de calidad, el producto o servicio vendido, características y alcance de los productos y servicios, instrucciones sobre el producto, información de periodos anteriores, garantía de calidad y recursos disponibles.
- Información de salida: producto apto para el uso, usuario preparado para el consumo del bien, grado de satisfacción del cliente, solución a una queja o inconformidad, información para el control de los procesos, valoración de los productos y de los procesos, deficiencias del producto o servicio y oportunidades de mejora.
- Tipos de servicio posventa: Servicios técnicos: instalación, mantenimiento y reparación. Servicios a los clientes: asesoramiento y tratamiento de quejas.
- La gestión de la calidad en el proceso del servicio posventa: Calidad interna. Calidad externa.
- Fases para la gestión de la calidad en el servicio posventa: Planificación. Aplicación. Control. Mejora.
- Técnicas y herramientas para la gestión de la calidad: Tormenta de ideas. Análisis del valor. Árboles de estructuras. Diagramas de causa-efecto. Flujogramas. Métodos del registro de datos. Gráficos e histogramas. Gráficos de control.

4. METODOLOGÍA.

Debido a las circunstancias derivadas de la pandemia originada por el coronavirus, la docencia en los ciclos formativos de la especialidad de Administración y Finanzas se realizará en la modalidad semipresencial con asistencia parcial del grupo en los tramos horarios presenciales, tal como se recoge en la Circular de 3 de septiembre de 2020, de la Viceconsejería de Educación y Deporte, relativa a medidas de flexibilización curricular y organizativas para el curso escolar 2020/21. De esta manera, el grupo se divide en dos turnos, A y B. Una semana asistirá a las clases presenciales el turno A, Lunes, Miércoles y Viernes y la otra semana Martes y Jueves. El turno B asistirá los días que no asiste el grupo del turno A.

La metodología está orientada a promover en los alumnos y alumnas:

- Participación en el proceso de enseñanza aprendizaje, de forma que será activa con el fin de desarrollar su capacidad de autonomía y responsabilidad personales, así como un espíritu crítico constructivo. La profesora actuará como guía y mediadora para facilitar el desarrollo de capacidades nuevas sobre la base de las ya adquiridas.
- El desarrollo de la capacidad para aprender por sí mismos.

En líneas generales, el desarrollo metodológico para esta modalidad semipresencial que estamos llevando en nuestras enseñanzas, será como a continuación se indica:

1. Actividades expositivas. La profesora presentará los contenidos estructurados de forma clara y coherente, que conecten con los conocimientos de partida del alumno. Esta estrategia se reforzará con presentaciones, esquemas. mapas conceptuales y vídeos elaborados por la propia profesora. **Tanto los alumnos**

que se encuentren en el aula como los que se encuentren en casa deben seguir estas exposiciones, de ahí el uso de presentaciones y vídeos explicativos, elaborados con la propia voz de la profesora, para aquellos alumnos que se encuentren en casa. Estas presentaciones, vídeos y esquemas serán proporcionados a los alumnos a través de la plataforma Classroom.

2. Actividades de indagación, donde el alumnado investigará, a través de Internet, situaciones propuestas en las U.T. para que se sientan protagonistas y puedan construir su propio aprendizaje. De esta manera, se pretende que ofrezcan respuestas creativas a la solución de un problema, contribuyendo así a fomentar la autonomía en el trabajo. **Estas actividades las realizarán los alumnos tanto en clase como en casa. Los alumnos que se encuentren en casa a la hora de realizar estas actividades pueden preguntar las dudas a la profesora a través de Clasroom o del correo electrónico corporativo.**
3. Actividades de desarrollo. Las actividades permitirán desarrollar las diferentes estrategias didácticas propuestas. La correcta realización de las actividades permitirá a los alumnos el aprendizaje de contenidos y el logro de los objetivos propuestos en cada U.T. **Estas actividades las realizarán los alumnos tanto en clase como en casa, es importante su corrección en la pizarra por la profesora o por los propios alumnos. Los días que los alumnos estén en casa y haya que corregir, se les proporcionará las correcciones para que pregunten las dudas que les puedan surgir.**
4. Test de repaso al finalizar la U.T. **Igualmente lo pueden realizar los alumnos tanto en clase como en casa.**

Hay que contemplar otras posibilidades de enseñanza que, debido a la situación que estamos viviendo, se pueden dar.

ALUMNOS CONFINADOS: Para aquellos alumnos que se encuentren confinados por ser positivos en COVID 19 o por estar en cuarentena, se usará la videoconferencia a través de la herramienta GOOGLE MEET para que puedan asistir a las clases de manera online de forma sincrónica con el resto de compañeros que en ese momento se encuentran en el aula.

SITUACIÓN DE CONFINAMIENTO PARA TODA LA COMUNIDAD EDUCATIVA: Si llegara el caso de que tengamos que estar confinados todos en nuestros domicilios, las actividades de metodología serán las mismas que se recogen en los párrafos anteriores, si bien la profesora se apoyará en la herramienta Google Meet para que los alumnos asistan a las clases, regularmente, de manera telemática.

En todo caso la profesora estará en contacto directo con el alumnado a través de su correo corporativo de Gmail.

Para los exámenes escritos, en el caso de que los alumnos los tengan que realizar desde su domicilio, se usará la herramienta Google Form.

5. TEMPORALIZACIÓN.

Este módulo tiene asignado un total de 160 horas.

La distribución temporal aproximada de los contenidos, desarrollados mediante el texto de la editorial **Editex** será la que figura en la tabla, a razón de 5 sesiones semanales de una hora.

curso 20/21	U.T.	**Nombre de la unidad**	Sesiones
1ªEval.	1	La empresa un mundo por conocer.	15
	2	La comunicación en la empresa.	15
	8	La imagen de la empresa. El Marketing.	15
	3	La comunicación oral.	15
		Primer trimestre	**60**
2ªEval.	4	La comunicación escrita en la empresa	24
	5	Documentos profesionales en la comunicación	12
	6	Gestión de la correspondencia	6
	7	Clasificación y archivo de la información	8
		Segundo trimestre	**50**
3ª Eval.	9	La comunicación 2.0	10
	10	La atención al cliente	15
	11	Servicio posventa	15
	12	El consumidor y sus derechos	10
		Tercer trimestre	**50**
Total			**160**

6. UNIDADES DE TRABAJO.

UT 1: LA EMPRESA UN MUNDO POR CONOCER

OBJETIVOS

- Conocer los elementos que hacen funcionar una empresa.
- Adquirir conocimiento de las funciones del empresario como conductor de la empresa.
- Aprender a clasificar las empresas según su forma jurídica, su actividad o su dimensión.
- Ser capaz de elaborar e interpretar un organigrama.
- Saber valorar la importancia de la organización para llevar a cabo cualquier actividad.
- Conocer las principales funciones de los departamentos básicos de toda empresa.
- Ser capaz de establecer un sistema de relaciones entre los departamentos.
- Adquirir conocimientos sobre la organización informal, su origen, características y funcionamiento.

- Ser capaz de enunciar los fundamentos de las principales teorías sobre liderazgo y motivación, y poder aplicarlos al ámbito laboral.
- Aprender las condiciones necesarias para ser un buen líder empresarial.
- Ser capaz de identificar estilos de mando.

CONTENIDOS

1. Qué es una empresa

2. Los elementos de la empresa

3. Tipos de empresas

4. La organización formal

5. La organización informal

6. Las funciones de la empresa

7. La función de dirección.

RA 1. Caracteriza técnicas de comunicación institucional y promocional, distinguiendo entre internas y externas.

Criterios de evaluación:

a) Se han identificado los tipos de instituciones empresariales, describiendo sus características jurídicas, funcionales y organizativas.
b) Se han relacionado las funciones tipo de la organización: dirección, planificación, organización, ejecución y control.
c) Se ha identificado la estructura organizativa para una asistencia o la prestación de un servicio de calidad.
d) Se han relacionado los distintos estilos de mando de una organización con el clima laboral que generan.

UT 2: LA COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA

OBJETIVOS

– Reflexionar sobre los aspectos básicos de la comunicación.

– Conocer las formas de comunicaciones unidireccionales y bidireccionales.

– Identificar los elementos que intervienen en la comunicación.

– Identificar las barreras y los errores

en la comunicación.

CONTENIDOS

1. El proceso de comunicación
2. Las barreas en la comunicación.
3. Tipos de comunicación.
4. La comunicación interna.
5. La comunicación externa.
6. Identidad e Imagen corporativa.

RA 1. Caracteriza técnicas de comunicación institucional y promocional, distinguiendo entre internas y externas.

- Criterios de evaluación:

a) Se han definido los canales formales de comunicación en la organización a partir de su organigrama.

b) Se han diferenciado los procesos de comunicación internos formales e informales.

c) Se ha valorado la influencia de la comunicación informal y las cadenas de rumores en las organizaciones, y su repercusión en las actuaciones del servicio de información prestado.

d) Se ha relacionado el proceso de demanda de información de acuerdo con el tipo de cliente, interno y externo, que puede intervenir en esta.

RA 2. Realiza comunicaciones orales presenciales y no presenciales, aplicando técnicas de comunicación y adaptándolas a la situación y al interlocutor.

- Criterios de evaluación:

a) Se han identificado los elementos y las etapas de un proceso de comunicación.

f) Se han detectado las interferencias que producen las barreras de la comunicación en la comprensión de un mensaje y se han propuesto las acciones correctivas necesarias.

g) Se ha utilizado el léxico y las expresiones adecuadas al tipo de comunicación y a los interlocutores.

h) Se han aplicado convenientemente elementos de comunicación no verbal en los mensajes emitidos.

i) Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y con sensibilidad.

j) Se han comprobado los errores cometidos y se han propuesto las acciones correctoras necesarias.

UT 3: LA COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA

OBJETIVOS

- Ser capaz de apreciar la importancia de la comunicación verbal.
- Distinguir entre oír y escuchar.
- Adquirir técnicas de escucha activa y participativa.
- Ser capaz de reconocer comportamientos inadecuados en las comunicaciones verbales.
- Aprender aspectos relacionados con el lenguaje del cuerpo.
- Saber apreciar las diferencias culturales y su reflejo en el comportamiento social.
- Adquirir nociones básicas de protocolo.

CONTENIDOS

1. La comunicación oral.
2. La comunicación no verbal.
3. Habilidades sociales y protocolo en la comunicación oral
4. Comunicaciones presenciales en el ámbito profesional
5. Comunicaciones no presenciales

RA 2. Realiza comunicaciones orales presenciales y no presenciales, mediante la aplicación de técnicas de comunicación adaptadas a la situación y al interlocutor

Criterios de evaluación:

b) Se han aplicado las distintas técnicas de comunicación oral presencial y telefónica.

c) Se ha aplicado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales.

d) Se han identificado los elementos necesarios para realizar y recibir una llamada telefónica efectiva en sus distintas fases: preparación, presentación-identificación y realización de la misma.

e) Se han tenido en cuenta las costumbres socioculturales y los usos empresariales y se ha valorado la importancia de la transmisión de la imagen corporativa.

f) Se han detectado las interferencias que producen las barreras de la comunicación en la comprensión de un mensaje y se han propuesto las acciones correctivas necesarias.

g) Se ha utilizado el léxico y las expresiones adecuadas al tipo de comunicación y a los interlocutores.

h) Se han aplicado convenientemente elementos de comunicación no verbal en los mensajes emitidos.

i) Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y con sensibilidad.

j) Se han comprobado los errores cometidos y se han propuesto las acciones correctoras necesarias.

UT 4. LA COMUNICACIÓN ESCRITA EN LA EMPRESA.

OBJETIVOS

- Ser capaz de describir las características de los mensajes escritos.
- Poder clasificar las comunicaciones escritas en el ámbito empresarial.
- Aprender el uso de las abreviaturas y siglas de uso más habitual.
- Conocer y ser capaz de distinguir los apartados de la carta comercial, así como identificar los datos que aparecen en cada uno de los mismos.
- Poder describir los aspectos formales de la carta.

- Conocer cuál es el orden de exposición más adecuado.
- Adquirir conocimientos precisos sobre el proceso de elaboración de las cartas comerciales.
- Ser capaz de encontrar la forma de introducir y concluir una carta comercial.
- Poder detectar expresiones obsoletas pasadas de moda y saber sustituirlas por otras más adecuadas.

CONTENIDOS

1. La comunicación escrita.
2. Abreviaturas y siglas.
3. La carta comercial.
4. Elaboración de cartas comerciales
5. Tipos de cartas comerciales.
6. La carta circular.

RA 3. Elabora documentos escritos de carácter profesional, aplicando criterios lingüísticos, ortográficos y de estilo.

Criterios de evaluación:

a) Se han identificado los soportes y los canales para elaborar y transmitir los documentos..

c) Se ha identificado al destinatario, observando las debidas normas de protocolo.

d) Se han diferenciado las estructuras y estilos de redacción propias de la documentación profesional.

e) Se ha redactado el documento apropiado, utilizando una estructura, terminología y forma adecuadas, en función de su finalidad y de la situación de partida.

f) Se han utilizado las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos y autoedición, así como sus herramientas de corrección.

h) Se ha adecuado la documentación escrita al manual de estilo de organizaciones tipo.

i) Se ha utilizado la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos, establecida para las empresas e instituciones públicas y privadas.

j) Se han aplicado, en la elaboración de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar y reciclar).

k) Se han aplicado técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones escritas, valorando su importancia para las organizaciones.

UT.5. DOCUMENTOS PROFESIONALES EN LA COMUNICACIÓN.

OBJETIVOS

- Poder redactar cartas sencillas a partir de supuestos concretos.
- Aprender a elaborar cartas de respuesta a peticiones de los clientes.

- Ser capaz de establecer y organizar los puntos que se deben tratar en cartas de reclamación o en respuesta a la misma.
- Conocer la secuencia de correspondencia para un requerimiento de pago, y poder elaborar las cartas correspondientes a cada una de las fases.
- Saber distinguir las peculiaridades de una carta circular.
- Adquirir conocimientos sobre el proceso de elaboración de las cartas de venta por correo.
- Poder distinguir los tipos de comunicaciones internas de carácter informativo y administrativo.
- Saber clasificar un informe, e identificar los apartados de que consta.
- Conocer los documentos relacionados con las reuniones de empresa: convocatoria y acta, y ser capaz de determinar el contenido de los mismos.

CONTENIDOS

1. Comunicaciones Internas.
2. Comunicaciones con la Administración.
3. Otros escritos.
4. Soportes de los documentos escritos.

RA 3. Elabora documentos escritos de carácter profesional, aplicando criterios lingüísticos, ortográficos y de estilo.

Criterios de evaluación:

a) Se han identificado los soportes y los canales para elaborar y transmitir los documentos.

b) Se han diferenciado los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad y confidencialidad.

f) Se han utilizado las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos y autoedición, así como sus herramientas de corrección.

k) Se han aplicado técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones escritas, valorando su importancia para las organizaciones.

UT 6. GESTIÓN DE LA CORRESPONDENCIA

OBJETIVOS

- Ser capaz de distinguir entre las tareas que conllevan la recepción y el envió de correspondencia.
- Poder describir la trayectoria de un documento desde su elaboración hasta la expedición del mismo.
- Aprender las diferencias entre los registros de documentos que se utilizan habitualmente.
- Aprender las diferentes formas de envió de correspondencia y los servicios de Correos.
- Conocer los sistemas de ordenación y clasificación de uso más generalizado.

- Saber determinar cuál de los criterios de clasificación y ordenación es más adecuado para cada caso.
- Aprender las ventajas e inconvenientes de cada uno de los sistemas de clasificación.
- Ser capaz de realizar ordenación de documentos, de acuerdo con los principales sistemas vigentes.
- Aprender en qué consiste la Ley de las 3R y su aplicación a los procedimientos administrativos.
- Saber cómo afecta a las empresas la Ley de Protección de Datos de Carácter Personal, y los mecanismos que deben ponerse en marcha para su cumplimiento.

CONTENIDOS

1. Entrada de correspondencia
2. Salida de correspondencia
3. Servicios postales
4. Medios telemáticos para la correspondencia

RA 4. Determina los procesos de recepción, registro, distribución y recuperación de comunicaciones escritas, aplicando criterios específicos de cada una de estas tareas.

Criterios de evaluación:

a) Se han identificado los medios, procedimientos y criterios más adecuados en la recepción, registro, distribución y transmisión de comunicación escrita a través de los medios telemáticos.

b) Se han determinado las ventajas e inconvenientes de la utilización de los distintos medios de transmisión de la comunicación escrita.

c) Se ha seleccionado el medio de transmisión más adecuado en función de los criterios de urgencia, coste y seguridad.

h) Se han respetado los niveles de protección, seguridad y acceso a la información según la normativa vigente y se han aplicado, en la elaboración y archivo de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).

i) Se han registrado los correos electrónicos recibidos o emitidos de forma organizada y rigurosa, según técnicas de gestión eficaz.

j) Se ha realizado la gestión y mantenimiento de libretas de direcciones.

UT 7. CLASIFICACIÓN Y ARCHIVO DE LA INFORMACIÓN

OBJETIVOS

- Poder apreciar la importancia del archivo para la actividad empresarial.
- Saber distinguir entre las diferentes modalidades de organización del archivo.
- Aprender las ventajas e inconvenientes de cada sistema de archivo.
- Poder determinar en qué casos hay que proceder a la destrucción de documentos.
- Ser capaz de manejar el lenguaje de uso corriente en la gestión de archivos informáticos.
- Aprender los fundamentos de las bases de datos.

- Ser capaz de describir las ventajas y desventajas de la gestión informatizada de los datos.
- Conocer las carpetas de uso más corriente en la gestión de archivos asociados al correo electrónico.
- Saber describir las medidas de seguridad que convienen adoptar para evitar la pérdida de datos informáticos.
- Conocer la incidencia de la LOPD en el manejo, mantenimiento y eliminación de los datos de carácter personal.

CONTENIDOS

1. La documentación.
2. Sistemas de clasificación y ordenación.
3. El archivo: naturaleza y finalidad
4. El archivo informático.
5. Seguridad y confidencialidad

RA 5. Determina los procesos de recepción, registro, distribución y recuperación de comunicaciones escritas, aplicando criterios específicos de cada una de estas tareas.

Criterios de evaluación:

d) Se han identificado los soportes de archivo y registro más utilizados en función de las características de la información que se va a almacenar.

e) Se han analizado las técnicas de mantenimiento del archivo de gestión de correspondencia convencional.

f) Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiado al tipo de documentos.

g) Se han reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación.

UT 8 LA IMAGEN DE LA EMPRESA. EL MARKETING

OBJETIVOS

- Conocer la importancia de la función comercial.
- Aprender los fundamentos del marketing como filosofía empresarial y como actividad necesaria.
- Poder manejar términos específicos relacionados con el marketing.
- Saber en qué consiste un plan de marketing y los instrumentos que se emplean en el mismo.
- Ser capaz de apreciar la importancia de las decisiones sobre producto, precio, formas de distribución y políticas de comunicación como instrumentos del marketing mix.
- Poder conocer más a fondo los entresijos de la publicidad como forma de comunicación empresarial.
- Aprender la importancia de la promoción y las relaciones públicas de empresa como instrumentos comerciales.

- Saber en qué consiste la responsabilidad social corporativa y apreciar su importancia y necesidad.

CONTENIDOS

1. El Marketing
2. El departamento de Marketing.
3. El plan de Marketing
4. El Marketing Mix
5. La publicidad
6. Las relaciones públicas
7. La promoción de ventas
8. La venta personal
9. La responsabilidad social corporativa

RA 1. Caracteriza técnicas de comunicación institucional y promocional, y distingue entre internas y externas

Criterios de evaluación:

i) Se ha valorado la importancia de la transmisión de la imagen corporativa de la organización en las comunicaciones formales.

j) Se han identificado los aspectos más significativos que transmiten la imagen corporativa en las comunicaciones institucionales y promocionales de la organización.

UT 9. LA COMUNICACIÓN 2.0

OBJETIVOS

- Ser capaz de valorar las consecuencias de las nuevas tecnologías de la información y su impacto en los negocios.
- Conocer las características que definen a las redes públicas y privadas.
- Poder valorar las ventajas que presentan las herramientas informáticas y telemáticas.
- Ampliar conocimientos sobre el correo electrónico y aprender a redactar un e-mail de carácter profesional.
- Aprender en qué consiste la web 2.0, y los avances que implica.
- Conocer el fundamento de las redes sociales.
- Saber distinguir las características que definen a Facebook, Twitter y Linkedin, y su aplicación al mundo empresarial.
- Saber apreciar la importancia del comercio electrónico y los cambios que conlleva en el desarrollo del marketing en las organizaciones.
- Aprender sobre medios de seguridad en internet, como el certificado y la firma electrónicos.

- Poder valorar la importancia de respetar las normas de protocolo en las comunicaciones en la red.
- Ser capaz de relacionar netiqueta e imagen corporativa.

CONTENIDOS

1. La comunicación 2.0
2. Plataformas de comercio electrónico
3. Las redes sociales
4. Mensajería Instantánea
5. El email marketing
6. Los blogs.

RA 3. Elabora documentos escritos de carácter profesional, aplicando criterios lingüísticos, ortográficos y de estilo.

Criterios de evaluación:

g) Se han publicado documentos con herramientas de la web 2.0.

UT 10 LA ATENCIÓN AL CLIENTE.

OBJETIVOS

- Conocer el fundamento y objetivo de la investigación comercial.
- Aprender a distinguir los tipos de clientes, de acuerdo a diversos criterios.
- Poder conocer distintas motivaciones de compra, y apreciar cómo influyen en el comportamiento del cliente.
- Llegar a conocer las funciones que cumple el departamento de atención al cliente.
- Saber distinguir los elementos necesarios en la atención al cliente.
- Ser capaz de apreciar la importancia de las bases de datos en la gestión de la cartera de clientes.
- Poder conocer las fases por las que pasa la atención a los clientes.
- Aprender la importancia de los canales de comunicación.
- Saber aplicar normas básicas de protocolo en la atención a los clientes.

- Ser capaz de distinguir y evitar las barreras que dificultan la comunicación con los clientes.

CONTENIDOS

1. El cliente
2. Las necesidades de los clientes
3. ¿Por qué compran los clientes?
4. ¿Cómo compran los clientes?

5. El departamento de atención al cliente
6. El proceso de atención al cliente.
7. El contacto con el público.

RA 5. Aplica técnicas de comunicación, identificando las más adecuadas en la relación y atención a los clientes/usuarios.

Criterios de evaluación:

a) Se han aplicado técnicas de comunicación y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente/usuario en situaciones de atención/asesoramiento al mismo.
b) Se han identificado las fases que componen el proceso de atención al cliente/consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación.
c) Se ha adoptado la actitud más adecuada según el comportamiento del cliente ante diversos tipos de situaciones.
d) Se han analizado las motivaciones de compra o demanda de un producto o servicio por parte del cliente/usuario.
e) Se ha obtenido, en su caso, la información histórica del cliente.
f) Se ha aplicado la forma y actitud adecuadas en la atención y asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado.
g) Se han analizado y solucionado los errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente/usuario.

UT. 11 EL SERVICIO POSVENTA.

OBJETIVOS

- Poder valorar la importancia de ofrecer una buena atención a los clientes.
- Conocer la relación entre satisfacción del cliente y atención recibida.
- Saber valorar e interpretar diversas manifestaciones del cliente: consulta, objeción, queja, reclamación, sugerencia o felicitación.
- Conocer qué prácticas empresariales pueden favorecer que los clientes comuniquen su insatisfacción.
- Aprender pautas de comportamiento en casos de conflicto.
- Aprender técnicas para manejar las objeciones, quejas y reclamaciones.
- Apreciar la importancia de ofrecer un buen servicio posventa.
- Tener conocimiento de los diferentes tipos de servicio posteriores a la venta.
- Saber poner en relación el servicio posventa y la fidelización de clientes.

CONTENIDOS

1. El valor del producto
2. El servicio posventa
3. La calidad en el servicio posventa

4. Fases para la gestión de calidad
5. Técnicas y herramientas para la gestión de la calidad
6. La fidelización
7. El CRM como herramienta de gestión.

RA 6. Gestiona consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes, aplicando la normativa vigente.
Criterios de evaluación:

a) Se han descrito las funciones del departamento de atención al cliente en empresas.
b) Se ha valorado la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos.

RA 7. Organiza el servicio postventa, relacionándolo con la fidelización del cliente.
Criterios de evaluación:

a). Se ha valorado la importancia del servicio posventa en los procesos comerciales.
b). Se han identificado los elementos que intervienen en la atención posventa.
c). Se han identificado las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio posventa.
d). Se han aplicado los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio posventa y los elementos que intervienen en la fidelización del cliente.
e). Se han distinguido los momentos o fases que estructuran el proceso de posventa.
f). Se han utilizado las herramientas de gestión de un servicio posventa.
g). Se han descrito las fases del procedimiento de relación con los clientes.
h). Se han descrito los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio.
i). Se han detectado y solventado los errores producidos en la prestación del servicio.
j). Se ha aplicado el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas.

UT. 12 EL CONSUMIDOR Y SUS DERECHOS

OBJETIVOS

- Valorar la importancia de la protección al consumidor.
- Identificar, analizar y aplicar la normativa en materia de consumo.
- Desarrollar un procedimiento completo de resolución de quejas y reclamaciones, identificando sus elementos básicos y utilizando los documentos apropiados.
- Diferenciar entre demanda y reclamación.
- Identificar todas y cada una de las fases del desarrollo de un proceso arbitral de consumo

CONTENIDOS

1. La protección del consumidor
2. Las instituciones que nos protegen

3. Las reclamaciones
4. La mediación
5. El arbitraje de consumo
6. Las compras transfronterizas

RA 6. Gestiona consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes, aplicando la normativa vigente.
Criterios de evaluación:

a) Se ha interpretado la comunicación recibida por parte del cliente.
b) Se han relacionado los elementos de la queja/reclamación con las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/reclamaciones.
c) Se han diferenciado los tipos de demanda o reclamación.
d) Se ha gestionado la información que hay que suministrar al cliente.
e) Se han determinado los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones.
f) Se han redactado escritos de respuesta, utilizando medios electrónicos u otros canales de comunicación.
g) Se ha valorado la importancia de la protección del consumidor.
h) Se ha aplicado la normativa en materia de consumo.

7. EVALUACIÓN.

7.1 EVALUACIÓN DEL PROCESO DE APRENDIZAJE. PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN

La evaluación aplicada al proceso de aprendizaje, establece los resultados de aprendizaje, competencias profesionales, personales y sociales, objetivos generales, que deben ser alcanzados por los alumnos/as, y responde al ***qué evaluar***.
Para la evaluación del aprendizaje hemos tenido en cuenta la i**ntegración** de conceptos, utilización de procedimientos y desarrollo de actitudes, como indico a continuación:

1º.- INTEGRACIÓN DE CONCEPTOS:

- Conocimientos
- Hechos, ideas.
- Principios desarrollados.

2º.- UTILIZACIÓN DE PROCEDIMIENTOS

- Habilidades, destrezas.
- Técnicas y métodos de trabajo utilizados.

3º.- DESARROLLO DE ACTITUDES:

- Atención e interés en clase.
- Participación.
- Hábitos adecuados de trabajo.
- Puntualidad.
- Tolerancia y respeto a los compañeros y al profesorado.
- Presentación adecuada del trabajo.

- La evaluación es **continua**, para observar el proceso de aprendizaje. Dicha continuidad queda reflejada en una:

o Evaluación inicial o diagnóstica: la profesora anunciará el proceso educativo con un

conocimiento real de las características de sus alumnos/as. Esto le permitirá diseñar su estrategia didáctica y acomodar su práctica docente a la realidad de sus alumnos/as. Debe realizarse a comienzos del curso académico. Una vez realizada, detectamos de los 28 alumnos con los que contaremos en este módulo, hicieron la prueba inicial 20 (8 de ellos no asistieron por diferentes motivos); los cuales tuvieron un resultado Escaso (2 alumnos), Bajo (3 alumnos) y Medio (15 alumnos)

- *Evaluación procesual o formativa*: nos sirve como estrategia de mejora para ajustar sobre la marcha los procesos educativos.

- *Evaluación final o sumativa*: se aplica al final de un periodo determinado como comprobación de los logros alcanzados en ese periodo. Es la evaluación final la que determina la consecución de los objetivos didácticos y los resultados de aprendizaje planteados. Tiene una función sancionadora, ya que mediante la evaluación sumativa se recibe el aprobado o el no aprobado

Los ***procedimientos de evaluación*** que, en cada caso, se podrán utilizar en base a la metodología propuesta son:

- Al finalizar cada unidad de trabajo, se propondrá a los alumnos la realización de actividades que se realizarán en el aula o en casa, y que servirán de repaso de los contenidos y para aclarar dudas y conocer las dificultades encontradas.
- De forma permanente, se fomentará en clase las actitudes y el comportamiento correcto de los alumnos en la relación con sus compañeros y con el profesor.
- Se animará al alumnado para que tomen la iniciativa en relación al desarrollo de los contenidos del módulo y que participen activamente en las tareas que se propongan y en los debates que se realicen.
- Se propondrá la realización de trabajos individuales y/o grupales (debido a la circunstancia en que se debe respetar el 1,5 m entre pupitres, los grupos serán de 2 alumnos que tengan sus puestos dispuesto de manera contigua) sobre aspectos concretos de los contenidos estudiados, o sobre temas de actualidad relacionados con estos. Se evaluarán estos trabajos teniendo en cuenta los criterios de evaluación que se alcanzan al desarrollar los mismos y se valorará los contenidos del trabajo, la documentación encontrada, la presentación, la bibliografía utilizada…. (Se elaborará una rúbrica)
- Se efectuarán pruebas o controles objetivos al finalizar cada bloque de contenidos homogéneos, con una doble finalidad: por un lado, evaluar el nivel de conocimientos de cada alumno y, por otro, inducir a los alumnos a que pregunten sus dudas, lo cual les permitirá interiorizar y relacionar los principales conceptos.

Las ***pruebas*** serán:

- Contenidos teóricos: pruebas tipo test y de respuestas abiertas.
- Contenidos prácticos: realización de actividades prácticas y cumplimentación de documentación.

8.2. CRITERIOS DE EVALUACIÓN.

A continuación, se especifica para cada unidad de trabajo los resultados de aprendizaje y los criterios de evaluación correspondientes a la misma, así como su valoración bien

absoluta o relativa, que permita calificar cada actividad realizada. La mayor o menor ponderación de los criterios o valoración absoluta se obtiene en base al nivel de dificultad y contenidos a desarrollar para cada criterio. Ver en la siguiente tabla

O.G.	COMPETEN. PPS	R.A.	U.T	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	VALORACIÓN	INSTRUMENTOS	TEMPORALIZACIÓN	HORAS	NOTA
A,B,C D,E,G, N,S	**A,B,C,D,E, L,P**	**RA1.** Caracteriza técnicas de comunicación institucional y promocional distinguiendo entre internas y externas.	**1** **2** **8**	a) Se han identificado los tipos de instituciones empresariales, describiendo sus características jurídicas, funcionales y organizativas. b) Se han relacionado las funciones tipo de la organización: dirección, planificación, organización, ejecución y control. d) Se ha identificado la estructura organizativa para una asistencia o la prestación de un servicio de calidad. c) Se han relacionado los distintos estilos de mando de una organización con el clima laboral que generan. e) Se han definido los canales formales de comunicación en la organización a partir de su organigrama. f) Se han diferenciado los procesos de comunicación internos formales e informales. g) Se ha valorado la influencia de la comunicación informal y las cadenas de rumores en las organizaciones, y su repercusión en las actuaciones del servicio de información prestado. h) Se ha relacionado el proceso de demanda de información de acuerdo con el tipo de cliente, interno y externo, que puede intervenir en la misma. i) Se ha valorado la importancia de la transmisión de la imagen corporativa de la organización en las comunicaciones formales. j) Se han identificado los aspectos más significativos que transmiten la imagen corporativa en las comunicaciones institucionales y promocionales de la organización.	a) 1 b) 1 d) 1.5 c) 0.5 e) 1.5 f) 0.5 g) 0.5 h) 0.5 i) 1.5 j) 1.5 10	Para la evaluación de todos los criterios de este RA, los instrumentos podrán ser los siguientes: Pruebas escritas, Trabajos y ejercicios prácticos, Ejercicios de simulación, Exposiciones orales, Comentarios de artículos relacionados con el tema.	1º TRIMESTRE	15 10 15 **35 H**	**25 %**

O.G.	COMPETEN. PPS	R.A.	U.T.	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	VALORACIÓN	INSTRUMENTOS	TEMPORALIZACIÓN	HORAS	NOTA
A,B,C, D,E,G, N,S	A,B,C,D,E L,P	**RA2**. : comunicaciones orales presenciales y no presenciales, aplicando técnicas de comunicación y adaptándolas a la situación y al Interlocutor.	**2** **3**	a) Se han identificado los elementos y las etapas de un proceso de comunicación. b) Se han aplicado las distintas técnicas de comunicación oral presencial y telefónica. c) Se ha aplicado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales. d) Se ha utilizado el léxico y las expresiones adecuadas al tipo de comunicación y a los interlocutores. e) Se han identificado los elementos necesarios para realizar y recibir una llamada telefónica efectiva en sus distintas fases: preparación, presentación-identificación y realización de la misma. f) Se han tenido en cuenta las costumbres socioculturales y los usos empresariales y se ha valorado la importancia de la transmisión de la imagen corporativa. g) Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y con sensibilidad. h) Se han detectado las interferencias que producen las barreras de la comunicación en la comprensión de un mensaje y se han propuesto las acciones correctivas necesarias. i) Se han aplicado convenientemente elementos de comunicación no verbal en los mensajes emitidos. j) Se han comprobado los errores cometido propuesto las acciones correctoras necesarias	a) 1 b) 1 c) 1 d) 1 e) 1 f) 1 g) 1 h) 1 i) 1 j) 1 10	Para la evaluación de todos los criterios de este RA, los instrumentos podrán ser los siguientes: Pruebas escritas, Trabajos y ejercicios prácticos, Ejercicios de simulación, Exposiciones orales, Comentarios de artículos relacionados con el tema.	1º TRIMESTRE	5 15 **20 H**	**12.5 %**

O.G.	COMPETEN. PPS	R.A.	U.T.	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	VALORACIÓN	INSTRUMENTOS	TEMPORALIZACIÓN	HORAS	NOTA
A,B,C, D,E,G, N,S	A,B,C,D,E L,P	**RA3.** Elabora documentos escritos de carácter profesional, aplicando criterios lingüísticos , ortográficos y de estilo	**4** **5** **9**	a) Se han identificado los soportes y los canales para elaborar y transmitir los documentos. b) Se han diferenciado los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad y confidencialidad. c) Se ha identificado al destinatario, observando las debidas normas de protocolo. h) Se ha adecuado la documentación escrita al manual de estilo de organizaciones tipo. d) Se han diferenciado las estructuras y estilos de redacción propias de la documentación profesional. e) Se ha redactado el documento apropiado, utilizando una estructura, terminología y forma adecuadas, en función de su finalidad y de la situación de partida. i) Se ha utilizado la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos, establecida para las empresas e instituciones públicas y privadas. j) Se han aplicado, en la elaboración de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar y reciclar). k) Se han aplicado técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicacio valorando su importancia para las organizaciones. f) Se han utilizado las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos y autoedición, así como sus herramientas de corrección. g) Se han publicado documentos con herramientas de la web 2.0.	a) 0.5 b) 0.5 c) 0.5 d) 1 e) 1.5 f) 1 g) 1 h) 1 i) 1 j) 1 k) 1	Para la evaluación de todos los criterios de este RA, los instrumentos podrán ser los siguientes: Pruebas escritas, Trabajos y ejercicios prácticos, Ejercicios de simulación, Exposiciones orales, Comentarios de Artículos relacionados con el tema.	2º TRIMESTRE 3º TRIMESTRE	24 12 10 46 H	**28.75 %**

O.G.	COMPETEN. PPS	R.A.	U.T.	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	VALORACIÓN	INSTRUMENTOS	TEMPORALIZACIÓN	HORAS	NOTA
A,B,C,DEE,G,N,S	A,B,C,D,E, L,P	**RA4.** Determina los procesos de recepción, regis-tro, distribución y recuperación comunicaciones escritas, aplicando específicos de cada una de estas tareas	**6** **7**	a) Se han identificado los medios, procedimientos y criterios más adecuados en la recepción, registro, distribución y transmisión de comunicación escrita a través de los medios telemáticos. b) Se han determinado las ventajas e inconvenientes de la utilización de los distintos medios de transmisión de la comunicación escrita. c) Se ha seleccionado el medio de transmisión más adecuado en función de los criterios de urgencia, coste y seguridad. d) Se han identificado los soportes de archivo y registro más utilizados en función de las características de la información que se va a almacenar. e) Se han analizado las técnicas de mantenimiento del archivo de gestión de correspondencia convencional. f) Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiado al tipo de documentos. g) Se han reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación. h) Se han respetado los niveles de protección, seguridad y acceso a la información según la normativa vigente y se han aplicado, en la elaboración y archivo de la documentación, las técnicas 3R (reducir,reutilizar, reciclar). i) Se han registrado los correos electrónicos recibidos o emitidos de forma organizada y rigurosa, según técnicas de gestión eficaz. j) Se ha realizado la gestión y mantenimiento de libretas de direcciones. k) Se ha valorado la importancia de la firma correspondencia electrónica.	a) 1 b) 0.5 c) 1 d) 1.5 e) 1 f) 1.5 g) 0.5 h) 1 i) 1 j) 0.5 k) 0.5 10	Para la evaluación de todos los criterios de este RA, los instrumentos podrán ser los siguientes: Pruebas escritas, Trabajos y ejercicios prácticos, Ejercicios de simulación, Exposiciones orales, Comentarios de artículos relacionados con el tema.	2º TRIMESTRE	6 8 **14 H**	**8.75 %**

O.G.	COMPETEN. PPS	R.A.	U.T.	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	VALORACIÓN	INSTRUMENTOS	TEMPORALIZACIÓN	HORAS	NOTA
A,B,C, D,E, G,N,S	**A,B,C,D, L.P**	**RA6**. Gestiona consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes, aplicando la normativa vigente	**10**	a) Se han descrito las funciones del departamento de atención al cliente en empresas. b) Se ha valorado la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos. c) Se ha interpretado la comunicación recibida por parte del cliente. d) Se han relacionado los elementos de la queja/reclamación con las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/reclamaciones. e) Se han diferenciado los tipos de demanda o reclamación. f) Se ha gestionado la información que hay que suministrar al cliente. g) Se han determinado los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones. h) Se han redactado escritos de respuesta, utilizando medios electrónicos u otros canales de comunicación. i) Se ha valorado la importancia de la protección del consumidor. j) Se ha aplicado la normativa en materia consumo.	a) 1 b) 0.5 c) 1 d) 1 e) 1 f) 1 g) 1.5 h) 2 i) 0.5 j) 0.5 10	Para la evaluación de todos los criterios de este RA, los instrumentos podrán ser los siguientes: Pruebas escritas, Trabajos y ejercicios prácticos, Ejercicios de simulación, Exposiciones orales, Comentarios de artículos relacionados con el tema.	3º TRIMESTRE	15 **15 H**	**9.375 %**

O.G.	COMPETEN. PPS	R.A.	U.T.	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	VALORACIÓN	INSTRUMENTOS	TEMPORALIZACIÓN	HORAS	NOTA
A,B,C, D,E, G,N,S	**A,B,C,D,EL,P**	**RA5.**Aplica técnicas de comunicación, identificando las más adecuadas en la relación y atención a los clientes/ usuarios.	**11** **12**	a) Se han aplicado técnicas de comunicación y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente/usuario en situaciones de atención/asesoramiento al mismo. b) Se han identificado las fases que componen el proceso de atención al cliente/consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación. c) Se ha adoptado la actitud más adecuada según el comportamiento del cliente ante diversos tipos de situaciones. d) Se han analizado las motivaciones de compra o demanda de un producto o servicio por parte del cliente/usuario. e) Se ha obtenido, en su caso, la información histórica del cliente. f) Se ha aplicado la forma y actitud adecuadas en la atención y asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado. g) Se han analizado y solucionado los e habituales que se cometen en la comunica cliente/usuario.	b) 1.5 d) 1.5 a) 1.5 c) 1.5 e) 1 f) 1.5 g) 1.5 **10**	Para la evaluación de todos los criterios de este RA, los instrumentos podrán ser los siguientes: Pruebas escritas, Trabajos y ejercicios prácticos, Ejercicios de simulación, Exposiciones orales, Comentarios de Artículos relacionados con el tema.	3º TRIMESTRE 3º TRIMESTRE	5 10 **15 H**	**9.375 %**

O.G.	COMPETEN. PPS	R.A.	U.T.	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	VALORACIÓN	INSTRUMENTOS	TEMPORALIZACIÓN	HORAS	NOTA
A,B,C, D,E, G,N,S	**A,B,C,D, L,P**	**RA7.** Organiza el servicio post-venta, relacio-nándolo con la fidelización del cliente	**11**	a) Se ha valorado la importancia del servicio posventa en los procesos comerciales. b) Se han identificado los elementos que intervienen en la atención posventa. c) Se han identificado las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio posventa. d) Se han aplicado los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio posventa y los elementos que intervienen en la fidelización del cliente. e) Se han distinguido los momentos o fases que estructuran el proceso de posventa. f) Se han utilizado las herramientas de gestión de un servicio posventa. g) Se han descrito las fases del procedimiento de relación con los clientes. h) Se han descrito los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio. i) Se han detectado y solventado los errores producidos en la prestación del servicio. j) Se ha aplicado el tratamiento adecuado e de gestión de las anomalías producidas.	a) 1 b) 1 c) 1 g) 1 d) 1 e) 1 f) 1 h) 1.5 i) 0.5 j) 1 **10** **70**	Para la evaluación de todos los criterios de este RA, los instrumentos podrán ser los siguientes: Pruebas escritas, Trabajos y ejercicios prácticos, Ejercicios de simulación, Exposiciones orales, Comentarios de artículos relacionados con el tema.	3º TRIMESTRE	10 **10 H** **160 H**	**6.25 %** **100 %**

Para el desarrollo del proceso de evaluación se tendrá en cuenta 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 que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía.*

7.3. INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

Teniendo en cuenta estos instrumentos de mi centro educativo yo utilizaré los siguientes:

INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN	UTILIDAD PARA LA EVALUACIÓN
La observación. **El cuaderno de clase**	Registro directo de las actuaciones del alumno. Registros anecdóticos. Diarios de clase.
El material elaborado por el alumno: **Trabajos de simulación o proyectos en grupo**	Se evalúa la actitud, motivación y participación del alumno en trabajos de grupo y su capacidad para relacionarse con los miembros del mismo. Se evalúa la utilización de sistemas de organización y planificación de tareas dentro del grupo en el desarrollo del trabajo propuesto y en la búsqueda soluciones adecuadas. Se evalúa el nivel de comunicación entre los miembros del grupo y la capacidad de decisión dentro del grupo. Se evalúa el nivel y calidad del desarrollo de las actividades propuestas. Se evalúa la utilización de aplicaciones informáticas más adecuadas y la búsqueda de información en fuentes diversas.
Exposición oral, disertación oral, argumentaciones orales.	Se evalúa la creatividad y el diseño de una idea original del problema y su resolución. Asimismo, se evalúa la exposición ante los compañeros de las conclusiones, investigaciones y disertaciones sobre temas planteados y coordinados por el profesor.
Autoevaluación.	Fichas de autoevaluación. Se evalúa la capacidad de crítica y autocrítica, de inferir de los argumentos de otros compañeros y de valorar el proceso de aprendizaje.
Prácticas simuladas o ejercicios prácticos.	Se evalúa la actitud, motivación y participación del alumno en la clase, con preguntas y situaciones planteadas por el profesor y por los propios alumnos, relacionadas con el trabajo bien hecho y la búsqueda de la solución más adecuada.
Pruebas teóricas y escritas objetivas individuales.	Se evalúa los conocimientos adquiridos en el módulo. Se evalúa la expresión escrita. Las pruebas teóricas pueden ser cuestionarios tipo test en el que se penalizará la respuesta incorrecta.
Pruebas prácticas individuales	Se evalúa los conocimientos autónomos aplicados y las habilidades desarrolladas en el proceso de enseñanza del módulo, en ejercicios prácticos planteados por el profesor.

8.4. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN.

Las pruebas objetivas tendrán una parte teórica relativa a conceptos fundamentalmente y otra práctica relativa a procedimientos. Los criterios de calificación de las actividades de evaluación

escritas que proponemos son:

CALIFICACIÓN DE LA PARTE TEÓRICA:

Insuficiente (1,2,3 y 4):

- Para aquellas cuestiones que se hayan dejado en blanco.
- Divagaciones en torno al tema limitándose a rellenar papel sin contenido ni razonamiento alguno ni referencia concreta a las cuestiones planteadas.
- Respuestas que dejan patente que el alumno no ha comprendido las cuestiones planteadas ni sabe las respuestas concretas a las mismas.
- Sólo se reciben respuestas incorrectas.

Suficiente (5):

- El contenido es correcto, aunque superficial sin entrar en un tratamiento más serio del tema que se analiza.
- Si bien las respuestas son parcialmente satisfactorias, se registran algunos errores de concepto o el contenido es incompleto.
- No se contestan todas las preguntas.

Bien (6):

- Profundiza parcialmente en el tema.
- Demuestra haber estudiado, pero se queda en un nivel intermedio.
- Se advierte una cierta comprensión del tema que se trata, aunque se observan algunas respuestas incorrectas o no se contestaron algunas.

Notable (7 y 8):

- El alumno demuestra conocimiento del tema aunque le falte rematarlo
- No profundiza totalmente y hay algunos aspectos no tratados o erróneos.

Sobresaliente (9 y 10):

- Las respuestas son correctas, profundas, claras, específicas, razonadas sin rodeos, ni divagaciones y su extensión se limita a lo estrictamente necesario.

CALIFICACIÓN DE LA PARTE PRÁCTICA:

Insuficiente (1,2,3 y 4):

- Incomprensión total del problema (presenta la hoja en blanco o sólo los datos copiados.
- No existe ningún plan o, si lo hay, éste es totalmente inadecuado.
- Incomprensión parcial o error de comprensión.
- Se utiliza una estrategia que no lleva a ningún lado.

Suficiente (5):

- Comprensión parcial del problema o error de comprensión plan parcialmente correcto.
- La respuesta es incompleta si bien el camino seguido es correcto hasta el momento en que se deja.

Bien (6):

- Comprensión parcial del problema
- Plan parcialmente correcto.
- Respuesta parcial al problema con varias respuestas.

Notable (7 y 8):

- Comprensión total del problema.
- Plan que conduce a la solución si se aplica correctamente.
- Error de transcripción, error de cálculo, respuesta parcial sin concluir el problema.

Sobresaliente (9 y 10):

- Comprensión total del problema.

- Existencia de un plan que conduce a la solución.
- Respuesta correcta.

Las pruebas escritas y trabajos se realizarán de manera digital,

En la medida de lo posible se realizarán las pruebas tanto escritas como orales y trabajos a través de medios telemáticos, tareas en Google Classroom, Google formularios, por videoconferencia utilizando Google Meet.
En nuestro caso, que se ha adoptado la docencia en **modalidad semipresencial**, en la que asisten a clase la mitad del grupo en días alternos, las pruebas se podrán realizar de forma presencial para el alumnado que ese día asista a clase y de forman no presencial para el resto del grupo utilizando para ello medios telemáticos, como por ejemplo por videoconferencia utilizando Google Meet

Las notas de las pruebas teóricas, pruebas prácticas, trabajos, actividades de simulación quedarán recogidas en el cuaderno del profesor.
Mediante una ficha de observación se valorará el nivel de desarrollo de las competencias profesionales, personales y sociales, que junto con los objetivos generales asociados en la tabla de objetivos de esta programación servirán para obtener la calificación final.
La nota de cada evaluación vendrá determinada por suma de las notas obtenidas en las pruebas que conforman cada RA y después la media entre los RA trabajados en la evaluación. Al calcular la media de los RA y no aplicar la ponderación propuesta, el resultado que obtenemos es una nota aproximada. Será al final de curso, cuando ya se han trabajado todos los contenidos y evaluados todos criterios asociados a los RA, cuando la nota de cada RA se ponderará según los porcentajes indicados en la tabla de abajo.
Se entiende que el alumnado ha adquirido los Resultados de Aprendizaje establecidos, cuando se obtenga una calificación de 5 puntos o superior

- ✔ La **calificación final** del módulo se obtendrá sumando los distintos componentes que evalúan el aprendizaje según la importancia asignada a cada uno, esto es como sigue:

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN MEDIA	FINAL
RA1	25 %		
RA2	12.5 %		
RA3	28.75 %		
RA4	8.75 %		
RA5	9.375 %		
RA6	9.375 %		
RA7	6.25 %		
CALIFICACIÓN GLOBAL			

Para establecer la calificación final de este módulo “Comunicación y atención al cliente”, los miembros del equipo docente considerarán el *grado y nivel de adquisición de los resultados de aprendizaje* establecidos para este, de acuerdo con sus correspondientes criterios de evaluación

y los objetivos generales relacionados, así como de la competencia general y las competencias profesionales, personales y sociales del título, establecidas en el perfil profesional del mismo *y sus posibilidades de inserción en el sector profesional y de progreso en los estudios posteriores a los que pueda acceder."*

Para la calificación final tendremos, por tanto, en consideración el nivel de adquisición de las competencias profesionales, personales y sociales.

7.5. SESIONES DE EVALUACIÓN

Al menos, se celebrará **una sesión de evaluación parcial** y, en su caso, de calificación, **cada trimestre lectivo** y una **final** no antes del 22 de junio de cada curso escolar. La sesión de evaluación consistirá en la reunión del equipo educativo que imparte docencia al mismo grupo, organizada y presidida por el tutor del grupo.

19 de octubre	**1 trimestre**	**2 trimestre**	**3 trimestre**	**Antes del 22 junio**
Evaluación inicial	1º parcial	2º parcial	3º parcial	Final

7.6. SISTEMAS Y CRITERIOS DE RECUPERACIÓN

La recuperación es una parte más del proceso de enseñanza-aprendizaje, teniendo en cuenta que se trata de evaluación continua y de una formación integral del alumno, se iniciará cuando se detecte la deficiencia en el alumno proponiendo la realización de actividades complementarias de refuerzo, apoyándole en aquellos contenidos donde presente deficiencias.

Cuando el alumno no logre la superación de las deficiencias y fallos detectados y por tanto no hay alcanzado una valoración suficiente en cualquiera de los conceptos evaluados, se establecerán actividades específicas de recuperación.

No olvidemos que es importante que el alumnado se sienta estimulado y orientado por el profesor para corregir las diferencias que posee, haciéndole ver que puede alcanzar los objetivos propuestos.

No obstante, con carácter general, el alumnado que obtenga una calificación negativa en un bloque de contenidos, deberá realizar las actividades y trabajos de recuperación que les serán propuestos, además de someterse a nuevas pruebas de conocimientos (Prueba escrita, prueba práctica, trabajo individual, ejercicio de simulación) de los Resultados de Aprendizaje no alcanzados.

Se entiende que el alumnado ha adquirido los Resultados de Aprendizaje establecidos, cuando se obtenga una calificación de 5 puntos o superior y haya realizado todos los trabajos y actividades de recuperación que le hayan sido propuestos.

Vamos a establecer las siguientes pruebas de recuperación:

- Al finalizar la 1ª evaluación. RA1 y RA2
- Al final de la 2ª evaluación. RA3 y RA4
- Al final de la 3ª evaluación. RA5, RA6 y RA7
- Antes de la evaluación final (JUNIO). Para aquel alumnado que no haya obtenido una calificación positiva en el módulo en cualquier evaluación parcial, o desee mejorar los resultados obtenidos tendrá la obligación de asistir a clase y continuar con las actividades lectivas hasta la fecha de finalización del régimen ordinario de clases.

EVALUACIÓN ALUMNOS CON PÉRDIDA DE LA EVALUACIÓN CONTINUA

Para el alumnado que pierda el derecho a la evaluación continua POR AUSENCIAS CONTINUADAS INJUSTIFICADAS, se llevará a cabo un sistema alternativo de evaluación. Según lo estipulado en el ROF del Centro, las alumnas/os que falten a los módulos el 15% de las horas lectivas de manera injustificada, perderán el derecho a la evaluación continua, y para obtener la calificación positiva del módulo deberán superar una prueba de conocimientos similar a la de sus compañeros (esta prueba tendrá tres partes, correspondiente a cada uno de los RA estudiados en cada evaluación), entregar los trabajos realizados individualmente, los supuestos prácticos y los trabajos que han hecho sus compañeros.
La falta de asistencia se considerará justificada, en los siguientes casos:

- Presentación de parte médico oficial que acredite la enfermedad del alumno/a.
- Cita médica solicitada con anterioridad, para pruebas médicas, siempre que no sea posible realizarlas en otro horario. En éstos casos, el profesorado implicado valorará si la falta es o no justificada.
- Asistencia obligatoria a Organismos o entidades para la realización de trámites, siempre que no sea posible realizarlos en otro horario. En éstos casos, el profesorado implicado valorará si la falta es o no justificada.
- Presentación de contrato de trabajo que acredite la coincidencia de la jornada laboral con el horario de clase.

7.7. EVALUACIÓN DE LA PRÁCTICA DOCENTE

Objetivos:
Los objetivos que pretendemos al evaluar la práctica docente son, entre otros, los siguientes:
1. Ajustar la práctica docente a las peculiaridades del grupo y a cada alumno.
2. Comparar la planificación curricular con el desarrollo de la misma.
3. Detectar las dificultades y los problemas en la práctica docente
4. Favorecer la reflexión individual y colectiva.
5. Mejorar las redes de comunicación y coordinación interna.
6. La regularidad y calidad de la relación con los padres o tutores legales.

Temporalización:
La evaluación debe estar ligada al proceso educativo, es decir, que en cierta medida debe llevarse a cabo de forma continua. No obstante, puede haber momentos especialmente indicados para la valoración de la marcha del proceso:
1 Antes, durante y después de cada unidad didáctica (se realiza a través de la observación directa de lo que sucede en clase).
2 Trimestralmente, aprovechando que disponemos de los resultados académicos de los alumnos, es un buen momento para la evaluación de algunos aspectos relacionados con la intervención en el aula.
3 Anualmente.

La evaluación de la práctica docente trimestral y anual se realizará a través de una serie de cuestionarios que permitan valorar una serie de indicadores que permitan detectar la necesidad

de adoptar medidas para mejorar la práctica docente.

CUESTIONARIO

Para llevar a cabo la encuesta es imprescindible tu colaboración, por ello es necesario que contestes con **sinceridad, responsabilidad y precisión** a las cuestiones que te presento.

Las preguntas que responden a actuaciones objetivas, deben contestarse con objetividad. Si sobre algún aspecto no tienes opinión formada, elije la opción "no sabe/no contesta".

Recuerda que tus respuestas deben referirse al profesor, al módulo indicado (no a otros posibles módulos que este profesor haya impartido) y **sólo a las actuaciones que sean responsabilidad de dicho profesor**.

A continuación, expresa tu valoración sobre las afirmaciones que se presentan, siguiendo la siguiente escala:

MUY DEFICIENTE	**1**
DEFICIENTE	**2**
REGULAR	**3**
BIEN	**4**
MUY BIEN	**5**
NO SABE/ NO CONTESTA	

1. SOBRE LA LABOR DEL PROFESOR

1.1. SOBRE LA INFORMACION FACILITADA POR ESTE PROFESOR AL COMENZAR EL CURSO

1.- Informa de los objetivos, contenidos, bibliografía y materiales recomendados

1		**2**		**3**		**4**		**5**		**NS/NC**	

2 - Informa de las pruebas y criterios de evaluación que se seguirá

1		**2**		**3**		**4**		**5**		**NS/NC**	

1.2. SOBRE EL CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES DE ESTE PROFESOR

3.- Asiste a sus clases y, en caso contrario, se justifica y se sustituye o recupera

1		**2**		**3**		**4**		**5**		**NS/NC**	

4- Es puntual al comenzar y al finalizar la actividad docente

1		**2**		**3**		**4**		**5**		**NS/NC**	

5.- Si este curso ha sido tu tutor, califica su función

1		**2**		**3**		**4**		**5**		**NS/NC**	

1.3. SOBRE LAS RELACIONES DE ESTE PROFESOR CON EL ESTUDIANTE

6.- Es correcto y respetuoso con el estudiante

1		**2**		**3**		**4**		**5**		**NS/NC**	

7.- Tiene una actitud receptiva y muestra disposición para el diálogo

1		**2**		**3**		**4**		**5**		**NS/NC**	

8.- Promueve el interés por la materia

1		**2**		**3**		**4**		**5**		**NS/NC**	

1.4. SOBRE EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD DOCENTE DE ESTE PROFESOR

9.- Explica de manera clara y ordenada, destacando los aspectos más importantes

1		**2**		**3**		**4**		**5**		**NS/NC**	

10.- Relaciona unos temas con otros de la materia, actualizando sus contenidos

1		**2**		**3**		**4**		**5**		**NS/NC**	

11.- Relaciona los conceptos de la materia con sus aplicaciones

1		**2**		**3**		**4**		**5**		**NS/NC**	

12.- La labor de este profesor hace que la asistencia a clase facilite la comprensión de la materia

1		**2**		**3**		**4**		**5**		**NS/NC**	

13.- Realiza el seguimiento y asesora sobre las actividades o trabajos

1		**2**		**3**		**4**		**5**		**NS/NC**	

14.- Fomenta la participación del estudiante

1		**2**		**3**		**4**		**5**		**NS/NC**	

15.- Fomenta el trabajo continuo del estudiante

1		**2**		**3**		**4**		**5**		**NS/NC**	

1.5. OPINION GLOBAL

16. – La labor docente de este profesor me parece

1		**2**		**3**		**4**		**5**		**NS/NC**	

2. SOBRE EL PROCESO DE EVALUACIÓN

(Contesta a este apartado sólo tras haber realizado la evaluación final y sólo respecto a las actuaciones que sean responsabilidad de dicho profesor)

17.- El programa de la asignatura se ha desarrollado completamente

1		**2**		**3**		**4**		**5**		**NS/NC**	

18.- La evaluación se ha ajustado a las pruebas y criterios establecido

1		**2**		**3**		**4**		**5**		**NS/NC**	

19.- Las pruebas se ajustan a los contenidos y actividades desarrollados durante el curso

1		**2**		**3**		**4**		**5**		**NS/NC**	

20.- El nivel de las pruebas se corresponde con el de las clases

1		**2**		**3**		**4**		**5**		**NS/NC**	

21.- El profesor da a conocer los resultados de la evaluación en el plazo establecido

1		**2**		**3**		**4**		**5**		**NS/NC**	

22.- El profesor explica las razones de los fallos en la revisión de las pruebas

1		**2**		**3**		**4**		**5**		**NS/NC**	

23.- Opinión global: La evaluación realizada por este profesor me parece

1		**2**		**3**		**4**		**5**		**NS/NC**	

3. OTRAS OPINIONES O SUGERENCIAS PARA MEJORAR CUALQUIER ASPECTO DELPROCESO ENSEÑANZA-APRENDIZAJE-EVALUACION DE ESTE PROFESOR EN ESTE MÓDULO

Puedes exponer en este espacio abierto tu opinión global o sobre algún aspecto concreto de la actividad docente cuyo conocimiento por parte del profesor permita consolidar lo que se está haciendo bien o introducir mejoras en la docencia. Por ejemplo:

- *Unidades didácticas a las que se ha dedicado demasiado tiempo y no consideras importantes para tu formación*
- *Unidades didácticas que no se han desarrollado y crees fundamentales para tu formación*
- *Tiempo dedicado a programas informáticos (nº de horas semanales) e importancia que asignas al estudio de estos programas*
- *Observaciones a la metodología utilizada por el/la profesor/a*
- *Importancia que asignas a los trabajos en grupo realizados. Especifica aquel que consideras muy importante y aquel que suprimirías.*
- *Cualquier propuesta de mejora que consideres importante*

8. ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

Las medidas de atención a la diversidad afectan a la organización en el ámbito del centro y del aula. La atención individualizada entra en el terreno de las adaptaciones curriculares. **Las adaptaciones curriculares significativas no están contempladas en Formación Profesional, es por ello que, sólo se podrán contemplar medidas no significativas de acceso al currículo**. *Por tanto ya que* en los objetivos/capacidades Terminales/contenidos y en la evaluación no es posible hacer adaptaciones significativas, sobretodo actuaré en la **metodología** y **en los**

elementos de acceso como la adaptación de *recursos espaciales, materiales y/o comunicación* que van a facilitar que algunos alumnos con necesidades educativas especiales puedan desarrollar el currículo ordinario.(Tener en cuenta la diversidad en la organización del aula).
-En cuanto a la metodología, son modificaciones en el tipo de *agrupamiento* de los alumnos, utilización de técnicas específicas y/o de apoyos verbales, visuales o físicos. Modificación de los tiempos de aprendizaje acordes al ritmo individual del alumno /a. *Adecuación de la ayuda pedagógica* al nivel de desarrollo de cada uno. Estimulación del trabajo en grupo. *Tipos de actividades* planteadas
Las actividades tienen distintos niveles de dificultad y distintos enfoques, para que todos los alumnos puedan realizarlas con éxito y permiten utilizar metodologías diversas, dependiendo de los contenidos que se desarrollen (cuestiones con respuestas conceptuales, cuestiones tipo test, debates, redactar y cumplimentar documentos, realizar organigramas, actividades fuera del aula, simulaciones en el aula, consultas y búsquedas en Internet, etc.). para ello desarrollaremos:

-actividades abiertas

-actividades con diversa dificultad

-actividades por grupos cooperativos

La programación es lo suficientemente abierta y flexible como para poder introducir los cambios que se estime necesarios para dar respuesta a las diferentes capacidades para aprender, las diferentes motivaciones por aprender, los diferentes estilos de aprendizaje e interés de los alumnos. De esta forma, las adaptaciones que se puedan hacer permiten facilitar la evolución individualizada de cada alumno para que puedan cumplir los objetivos de forma diferente, trabajando los mismos contenidos.

9. RECURSOS DIDÁCTICOS

Los recursos didácticos a emplear en el módulo serán variados y de diversa índole, teniendo en cuenta la dotación del centro educativo en general y del ciclo formativo en particular:

- Libro de texto: Comunicación y atención al cliente. Editorial Editex.
- Recursos propios del aula: pizarra, proyector, etc.
- Documentos bancarios, de seguros y de correos.
- Internet para la visita de páginas webs,blogs y webinar interesantes para la materia
  Así como
- Ordenadores con aplicaciones de ofimática
- Otros libros de consulta.

Relación de libros de apoyo y/o consulta:
COMUNICACIÓN
- *Empresa y medios de comunicación.* Aragonés, P. Editorial Gestión 2000
- *Teoría y práctica de la comunicación humana.* Ellis, R., McClintock, A. Editorial Paidos Comunicación.
- *Claves para una comunicación eficaz.* Kirkpatrick, D.L. Editorial Diaz de Santos.
- *Relaciones en el entorno de trabajo*. Editado por EDITEX, para este mismo curso.
- *El lenguaje corporal*. Rebel, G. Editorial Edaf.
- *La comunicación no verbal.* Davis, F. Alianza Editorial.

- *El arte de escuchar*. Fromm, E. Editorial Paidos
- *Una queja es un regalo*. Barlow, J. Y Moller, C. Editorial Gestión 2000
- *El decálogo del vendedor exitoso*. Orrego Rojo. Editorial McGraw Hill.
- *Atención al cliente*. Blando Prieto, A. Ediciones Pirámide.

GRAMÁTICA Y REDACCIÓN

- *Diccionario de la Lengua Española.* Edita la Real Academia Española (RAE).
- *Gramática esencial del español.* Manuel Seco. Editorial Espasa.
- *Ortografía de la lengua española.* Real Academia Española (RAE)
- *Dudas y dificultades de la lengua española.* Editorial Larousse.
- Cómo redactar: Manual de expresión escrita. Editorial Larousse.