



I.E.S. Núm. 1 “Universidad Laboral”. Málaga
Departamento de Familia
Profesional de Administración

Programación didáctica de Comunicación y Atención al Cliente

1º Administración y Finanzas

María Mora Luque

Curso 2017/18



Índice

1	Introducción	5
2	Objetivos generales del título.....	5
3	Competencia general.....	7
4	Entorno profesional.....	7
5	Perfil profesional	7
6	Competencias profesionales, personales y sociales asociadas al título	7
7	Resultados de aprendizaje, criterios de evaluación y contenidos.....	10
8	Resultados de aprendizaje, criterios de evaluación y contenidos básicos por unidad didáctica.....	17
9	Contenidos por unidad didáctica.....	23
	1. Empresa y comunicación	23
	OBJETIVOS	23
	RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN	23
	CONTENIDOS	23
	2. Procesos de información y comunicación en las organizaciones	24
	OBJETIVOS	24
	RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN	24
	CONTENIDOS	25
	3. Comunicación oral presencial	25
	OBJETIVOS	25
	RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN	25
	CONTENIDOS	26
	4. Comunicación oral no presencial.....	26





OBJETIVOS 26	
RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN	27
CONTENIDOS	27
5. La comunicación escrita en el ámbito empresarial.....	28
OBJETIVOS 28	
RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN	28
CONTENIDOS	28
6. Documentos escritos de comunicación empresarial.....	29
OBJETIVOS 29	
RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN	29
CONTENIDOS	30
7. Comunicación en las redes sociales.....	30
OBJETIVOS 30	
RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN	31
CONTENIDOS	31
8. Gestión de la correspondencia.....	31
OBJETIVOS 31	
RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN	32
CONTENIDOS	32
9. El archivo.....	33
OBJETIVOS 33	
RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN	33
CONTENIDOS	33
10. Técnicas de comunicación en la atención al cliente.....	34
OBJETIVOS 34	
RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN	34





CONTENIDOS	35
11. La protección del consumidor	35
OBJETIVOS 35	
RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN	36
CONTENIDOS	36
12. Gestión de quejas y reclamaciones	36
OBJETIVOS 36	
RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN	36
CONTENIDOS	37
13. El servicio posventa	37
OBJETIVOS 37	
RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN	38
CONTENIDOS	38
10 Distribución temporal	41
11 Procedimientos y criterios de evaluación comunes para las enseñanzas de formación profesional inicial reflejados en el proyecto educativo del centro.....	41
12 Competencias profesionales, personales y sociales asociadas al módulo	43
13 Contenidos de carácter transversal	44
14 Metodología	44
15 Procedimientos de evaluación y criterios de calificación	45
16 Período de recuperación.....	50
17 Atención a la diversidad.....	50
18 Materiales y recursos didácticos.....	50
19 Actividades complementarias y extraescolares	51
20 Procedimiento para el seguimiento de las programaciones didácticas.....	51
21 Comunicación de la programación didáctica	51





COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE

CÓDIGO: 0651

1 Introducción

El módulo Comunicación y atención al cliente, se encuadra dentro de las enseñanzas del ciclo formativo de grado superior que capacitan para obtener el título de Técnico en Administración y Finanzas.

La legislación aplicable es la siguiente:

Real Decreto 1584/2011, de 4 de noviembre, por el que se establecen las enseñanzas correspondientes al título de Formación Profesional de Técnico Superior en Administración y Finanzas y se fijan sus enseñanzas mínimas.

Orden de 11 de marzo de 2013, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico Superior en Administración y Finanzas.

Duración: 160 horas.

2 Objetivos generales del título

- 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.
- h) Reconocer la interrelación entre las áreas comercial, financiera, contable y fiscal para gestionar los procesos de gestión empresarial de forma integrada.
- i) Interpretar la normativa y metodología aplicable para realizar la gestión contable y fiscal.





- j) Elaborar informes sobre los parámetros de viabilidad de una empresa, reconocer los productos financieros y los proveedores de los mismos, y analizar los métodos de cálculo financieros para supervisar la gestión de tesorería, la captación de recursos financieros y el estudio de viabilidad de proyectos de inversión.
- k) Preparar la documentación así como las actuaciones que se deben desarrollar, interpretando la política de la empresa para aplicar los procesos administrativos establecidos en la selección, contratación, formación y desarrollo de los recursos humanos.
- l) Reconocer la normativa legal, las técnicas asociadas y los protocolos relacionados con el departamento de recursos humanos, analizando la problemática laboral y la documentación derivada, para organizar y supervisar la gestión administrativa del personal de la empresa.
- m) Identificar la normativa vigente, realizar cálculos, seleccionar datos, cumplimentar documentos y reconocer las técnicas y procedimientos de negociación con proveedores y de asesoramiento a clientes, para realizar la gestión administrativa de los procesos comerciales.
- 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.
- ñ) Identificar modelos, plazos y requisitos para tramitar y realizar la gestión administrativa en la presentación de documentos en organismos y administraciones públicas.
- o) Analizar y utilizar los recursos y oportunidades de aprendizaje relacionados con la evolución científica, tecnológica y organizativa del sector y las tecnologías de la información y la comunicación, para mantener el espíritu de actualización y adaptarse a nuevas situaciones laborales y personales.
- p) Desarrollar la creatividad y el espíritu de innovación para responder a los retos que se presentan en los procesos y en la organización del trabajo y de la vida personal.
- q) Tomar decisiones de forma fundamentada, analizando las variables implicadas, integrando saberes de distinto ámbito y aceptando los riesgos y la posibilidad de equivocación en las mismas, para afrontar y resolver distintas situaciones, problemas o contingencias.
- r) Desarrollar técnicas de liderazgo, motivación, supervisión y comunicación en contextos de trabajo en grupo, para facilitar la organización y coordinación de equipos de trabajo.
- 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.
- t) Evaluar situaciones de prevención de riesgos laborales y de protección ambiental, proponiendo y aplicando medidas de prevención personales y colectivas, de acuerdo con la normativa aplicable en los procesos de trabajo, para garantizar entornos seguros.
- u) Identificar y proponer las acciones profesionales necesarias, para dar respuesta a la accesibilidad universal y al “diseño para todos”.
- v) Identificar y aplicar parámetros de calidad en los trabajos y actividades realizados en el proceso de aprendizaje, para valorar la cultura de la evaluación y de la calidad y ser capaces de supervisar y mejorar procedimientos de gestión de calidad.





w) Utilizar procedimientos relacionados con la cultura emprendedora, empresarial y de iniciativa profesional, para realizar la gestión básica de una pequeña empresa o emprender un trabajo.

x) Reconocer sus derechos y deberes como agente activo en la sociedad, teniendo en cuenta el marco legal que regula las condiciones sociales y laborales, para participar como ciudadano democrático.

3 Competencia general

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.

4 Entorno profesional

Este profesional ejerce su actividad tanto en grandes como en medianas y pequeñas empresas, en cualquier sector de actividad, y particularmente en el sector servicios, así como en las administraciones públicas, ofreciendo apoyo administrativo en las tareas de administración y gestión de dichas empresas e instituciones y prestando atención a los clientes y ciudadanos.

5 Perfil profesional

El perfil profesional del título de Técnico Superior en Administración y Finanzas queda determinado por su competencia general, sus competencias profesionales, personales y sociales, y por la relación de cualificaciones y, en su caso, unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales incluidas en el título.

6 Competencias profesionales, personales y sociales asociadas al título

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

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.
- c) Detectar necesidades administrativas o de gestión de la empresa de diversos tipos, a partir del análisis de la información disponible y del entorno.
- 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.
- f) Gestionar los procesos de tramitación administrativa empresarial en relación a las áreas comercial, financiera, contable y fiscal, con una visión integradora de las mismas.
- g) Realizar la gestión contable y fiscal de la empresa, según los procesos y procedimientos administrativos, aplicando la normativa vigente y en condiciones de seguridad y calidad.
- h) Supervisar la gestión de tesorería, la captación de recursos financieros y el estudio de viabilidad de proyectos de inversión, siguiendo las normas y protocolos establecidos.
- i) Aplicar los procesos administrativos establecidos en la selección, contratación, formación y desarrollo de los Recursos Humanos, ajustándose a la normativa vigente y a la política empresarial.
- j) Organizar y supervisar la gestión administrativa de personal de la empresa, ajustándose a la normativa laboral vigente y a los protocolos establecidos.
- k) Realizar la gestión administrativa de los procesos comerciales, llevando a cabo las tareas de documentación y las actividades de negociación con proveedores, y de asesoramiento y relación con el cliente.
- l) Atender a los clientes/usuarios en el ámbito administrativo y comercial asegurando los niveles de calidad establecidos y ajustándose a criterios éticos y de imagen de la empresa/institución.
- m) Tramitar y realizar la gestión administrativa en la presentación de documentos en diferentes organismos y administraciones públicas, en plazo y forma requeridos.
- 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.
- ñ) Resolver situaciones, problemas o contingencias con iniciativa y autonomía en el ámbito de su competencia, con creatividad, innovación y espíritu de mejora en el trabajo personal y en el de los miembros del equipo.
- o) Organizar y coordinar equipos de trabajo con responsabilidad, supervisando el desarrollo del mismo, manteniendo relaciones fluidas y asumiendo el liderazgo, así como aportando soluciones a los conflictos grupales que se presenten.
- 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.





- q) Generar entornos seguros en el desarrollo de su trabajo y el de su equipo, supervisando y aplicando los procedimientos de prevención de riesgos laborales y ambientales, de acuerdo con lo establecido por la normativa y los objetivos de la empresa.
- 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.
- s) Realizar la gestión básica para la creación y funcionamiento de una pequeña empresa y tener iniciativa en su actividad profesional con sentido de la responsabilidad social.
- t) Ejercer sus derechos y cumplir con las obligaciones derivadas de su actividad profesional, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente, participando activamente en la vida económica, social y cultural.



7 Resultados de aprendizaje, criterios de evaluación y contenidos

<p>1. Caracteriza técnicas de comunicación institucional y promocional, y distingue entre internas y externas</p>	<p>a) Se han identificado los tipos de instituciones empresariales, describiendo sus características jurídicas, funcionales y organizativas.</p> <p>b) Se han relacionado las funciones tipo de la organización: dirección, planificación, organización, ejecución y control.</p> <p>c) Se ha identificado la estructura organizativa para una asistencia o la prestación de un servicio de calidad.</p> <p>d) Se han relacionado los distintos estilos de mando de una organización con el clima laboral que generan.</p> <p>e) Se han definido los canales formales de comunicación en la organización a partir de su organigrama.</p> <p>f) Se han diferenciado los procesos de comunicación internos formales e informales.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>i) Se ha valorado la importancia de la transmisión de la imagen corporativa de la organización en las comunicaciones formales.</p> <p>j) Se han identificado los aspectos más significativos que transmiten la imagen corporativa en las comunicaciones institucionales y promocionales de la organización.</p>	<p>Técnicas de comunicación institucional y promocional:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Las organizaciones empresariales. • Las funciones en la organización: dirección, planificación, organización y control. Los departamentos. • Tipología de las organizaciones. Organigramas. • Dirección en la empresa. • Procesos y sistemas de información en las organizaciones. • Tratamiento de la información. Flujos interdepartamentales. • Elementos y barreras de la comunicación. • Comunicación e 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. • La imagen corporativa e institucional en los procesos de información y comunicación en las organizaciones.
--	--	--



<p>2. Realiza comunicaciones orales presenciales y no presenciales, mediante la aplicación de técnicas de comunicación adaptadas a la situación y al interlocutor</p>	<p>a) Se han identificado los elementos y las etapas de un proceso de comunicación.</p> <p>b) Se han aplicado las distintas técnicas de comunicación oral presencial y telefónica.</p> <p>c) Se ha aplicado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>g) Se ha utilizado el léxico y las expresiones adecuadas al tipo de comunicación y a los interlocutores.</p> <p>h) Se han aplicado convenientemente elementos de comunicación no verbal en los mensajes emitidos.</p> <p>i) Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y con sensibilidad.</p> <p>j) Se han comprobado los errores cometidos y se han propuesto las acciones correctoras necesarias.</p>	<p>Comunicaciones orales presenciales y no presenciales:</p> <ul style="list-style-type: none">• Elementos y etapas de un proceso de comunicación oral.• Principios básicos en las comunicaciones orales.• Técnicas de comunicación oral.• Habilidades sociales y protocolo en la comunicación oral y formas de comunicación oral.• Barreras de la comunicación verbal y no verbal.• Adecuación del mensaje al tipo de comunicación y al interlocutor.• Utilización de técnicas de imagen personal.• Comunicación en la recepción de visitas.• Realización de entrevistas y presentaciones.• La comunicación telefónica.• Componentes de la atención telefónica. 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.• La centralita y el uso del listín telefónico.• La videoconferencia.
--	--	--



<p>3. Elabora documentos escritos de carácter profesional, aplicando criterios lingüísticos, ortográficos y de estilo.</p>	<p>a) Se han identificado los soportes y los canales para elaborar y transmitir los documentos.</p> <p>b) Se han diferenciado los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad y confidencialidad.</p> <p>c) Se ha identificado al destinatario, observando las debidas normas de protocolo.</p> <p>d) Se han diferenciado las estructuras y estilos de redacción propias de la documentación profesional.</p> <p>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.</p> <p>f) Se han utilizado las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos y autoedición, así como sus herramientas de corrección.</p> <p>g) Se han publicado documentos con herramientas de la web 2.0.</p> <p>h) Se ha adecuado la documentación escrita al manual de estilo de organizaciones tipo.</p> <p>i) Se ha utilizado la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos, establecida para las empresas e instituciones públicas y privadas.</p> <p>j) Se han aplicado, en la elaboración de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar y reciclar).</p> <p>k) Se han aplicado técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones escritas, valorando su importancia para las organizaciones.</p>	<p>Elaboración de documentos profesionales escritos:</p> <ul style="list-style-type: none">• La comunicación escrita en la empresa.• Estilos de redacción.• Siglas y abreviaturas.• Herramientas para la corrección de textos.• Estructuras y estilos de redacción en la documentación profesional.• 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.• Técnicas de transmisión de la imagen corporativa en los escritos.
---	--	--



<p>4. Determina los procesos de recepción, registro, distribución y recuperación de comunicaciones escritas, aplicando criterios específicos de cada una de estas tareas.</p>	<p>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.</p> <p>b) Se han determinado las ventajas e inconvenientes de la utilización de los distintos medios de transmisión de la comunicación escrita.</p> <p>c) Se ha seleccionado el medio de transmisión más adecuado en función de los criterios de urgencia, coste y seguridad.</p> <p>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.</p> <p>e) Se han analizado las técnicas de mantenimiento del archivo de gestión de correspondencia convencional.</p> <p>f) Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiado al tipo de documentos.</p> <p>g) Se han reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación.</p> <p>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).</p> <p>i) Se han registrado los correos electrónicos recibidos o emitidos de forma organizada y rigurosa, según técnicas de gestión eficaz.</p> <p>j) Se ha realizado la gestión y mantenimiento de libretas de direcciones.</p> <p>k) Se ha valorado la importancia de la firma digital en la correspondencia electrónica.</p>	<p>Determinación de los procesos de recepción, registro, distribución y recuperación de la información:</p> <ul style="list-style-type: none">• La recepción, envío y registro de la correspondencia.• Servicios de correos, circulación interna de correspondencia y paquetería.• Procedimientos de seguridad y confidencialidad de la información.• Clasificación y ordenación de documentos.• Técnicas de archivo: naturaleza. Finalidad del archivo.• Archivo de documentos.• Sistemas de archivo.• Clasificación de la información.• Centralización o descentralización del archivo.• El proceso de archivo.• Custodia y protección del archivo.• Las bases de datos para el tratamiento de la información.• El correo electrónico.
--	--	---



<p>5. Aplica técnicas de comunicación, identificando las más adecuadas en la relación y atención a los clientes/usuarios.</p>	<p>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.</p> <p>b) Se han identificado las fases que componen el proceso de atención al cliente/consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación.</p> <p>c) Se ha adoptado la actitud más adecuada según el comportamiento del cliente ante diversos tipos de situaciones.</p> <p>d) Se han analizado las motivaciones de compra o demanda de un producto o servicio por parte del cliente/usuario.</p> <p>e) Se ha obtenido, en su caso, la información histórica del cliente.</p> <p>f) Se ha aplicado la forma y actitud adecuadas en la atención y asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado.</p> <p>g) Se han analizado y solucionado los errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente/usuario.</p>	<p>Técnicas de comunicación relacionadas con la atención al cliente/usuario:</p> <ul style="list-style-type: none">• El cliente.• La atención al cliente en la empresa/organización.• El departamento de atención al cliente/consumidor en la empresa.• Documentación implicada en la atención al cliente.• Sistemas de información y bases de datos.• 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.
--	--	---



<p>6. Gestiona consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes, aplicando la normativa vigente.</p>	<p>a) Se han descrito las funciones del departamento de atención al cliente en empresas.</p> <p>b) Se ha valorado la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos.</p> <p>c) Se ha interpretado la comunicación recibida por parte del cliente.</p> <p>d) Se han relacionado los elementos de la queja/reclamación con las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/reclamaciones.</p> <p>e) Se han diferenciado los tipos de demanda o reclamación.</p> <p>f) Se ha gestionado la información que hay que suministrar al cliente.</p> <p>g) Se han determinado los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones.</p> <p>h) Se han redactado escritos de respuesta, utilizando medios electrónicos u otros canales de comunicación.</p> <p>i) Se ha valorado la importancia de la protección del consumidor.</p> <p>j) Se ha aplicado la normativa en materia de consumo.</p>	<p>Gestión de consultas, quejas y reclamaciones:</p> <ul style="list-style-type: none">• 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.• Instituciones y organismos de protección al consumidor.• Reclamaciones y denuncias.• Mediación y arbitraje: concepto y características.• Situaciones en las que se origina una mediación o arbitraje.
---	---	---



<p>7. Organiza el servicio postventa, relacionándolo con la fidelización del cliente.</p>	<p>a) Se ha valorado la importancia del servicio posventa en los procesos comerciales.</p> <p>b) Se han identificado los elementos que intervienen en la atención posventa.</p> <p>c) Se han identificado las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio posventa.</p> <p>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.</p> <p>e) Se han distinguido los momentos o fases que estructuran el proceso de posventa.</p> <p>f) Se han utilizado las herramientas de gestión de un servicio posventa.</p> <p>g) Se han descrito las fases del procedimiento de relación con los clientes.</p> <p>h) Se han descrito los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio.</p> <p>i) Se han detectado y solventado los errores producidos en la prestación del servicio.</p> <p>j) Se ha aplicado el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas.</p>	<p>Organización del servicio posventa:</p> <ul style="list-style-type: none">• El valor de un producto o servicio para el cliente.• Actividades posteriores a la venta.• El proceso posventa y su relación con otros procesos.• Tipos de servicio posventa.• La gestión de la calidad en el proceso del servicio posventa.• Fases para la gestión de la calidad en el servicio posventa.• Técnicas y herramientas para la gestión de la calidad.
--	--	---

8 Resultados de aprendizaje, criterios de evaluación y contenidos básicos por unidad didáctica

Unidades	Resultados de aprendizaje	Criterios de evaluación	Contenidos básicos
1. Empresa y Comunicación (9 horas)	1. Caracteriza técnicas de comunicación institucional y promocional, distinguiendo entre internas y externas.	<p>a) Se han identificado los tipos de instituciones empresariales, describiendo sus características jurídicas, funcionales y organizativas.</p> <p>b) Se han relacionado las funciones tipo de la organización: dirección, planificación, organización, ejecución y control.</p> <p>c) Se ha identificado la estructura organizativa para una asistencia o la prestación de un servicio de calidad.</p> <p>d) Se han relacionado los distintos estilos de mando de una organización con el clima laboral que generan.</p> <p>e) Se han definido los canales formales de comunicación en la organización a partir de su organigrama.</p>	<p>Técnicas de comunicación institucional y promocional:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Las organizaciones empresariales. - Las funciones en la organización: dirección, planificación, organización y control. Los departamentos. - Tipología de las organizaciones. Organigramas. - Dirección en la empresa.
2. Procesos de información y comunicación en las organizaciones (7 horas)	1. Caracteriza técnicas de comunicación institucional y promocional, distinguiendo entre internas y externas.	<p>f) Se han diferenciado los procesos de comunicación internos formales e informales.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>i) Se ha valorado la importancia de la transmisión de la imagen corporativa de la organización en las comunicaciones formales.</p> <p>j) Se han identificado los aspectos más significativos que transmiten la imagen corporativa en las comunicaciones institucionales y promocionales de la organización.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Procesos y sistemas de información en las organizaciones. - Tratamiento de la información. Flujos interdepartamentales. - Elementos y barreras de la comunicación. - Comunicación e 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. - La imagen corporativa e institucional en los procesos de información y comunicación en las organizaciones.

Unidades	Resultados de aprendizaje	Criterios de evaluación	Contenidos básicos
3. Comunicación oral presencial (9 horas)	2. Realiza comunicaciones orales presenciales y no presenciales, aplicando técnicas de comunicación y adaptándolas a la situación y al interlocutor.	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 c) Se ha aplicado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales 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.	Las comunicaciones orales presenciales: – Elementos y etapas de un proceso de comunicación oral. – Principios básicos en las comunicaciones orales. – Técnicas de comunicación oral. – Habilidades sociales y protocolo en la comunicación oral. – Formas de comunicación oral. – 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. – Realización de entrevistas. – Realización de presentaciones.
4. Comunicación oral no presencial (9 horas)	2. Realiza comunicaciones orales presenciales y no presenciales, aplicando técnicas de comunicación y adaptándolas a la situación y al interlocutor.	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 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. 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.	Las comunicaciones orales no presenciales: – La comunicación telefónica. – Componentes de la atención telefónica. 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. – La centralita. – Uso del listín telefónico. – La videoconferencia.

Unidades	Resultados de aprendizaje	Criterios de evaluación	Contenidos básicos
5. La comunicación escrita en el ámbito empresarial (12 horas)	3. Elabora documentos escritos de carácter profesional, aplicando criterios lingüísticos, ortográficos y de estilo.	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. 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.	Elaboración de documentos profesionales escritos: – La comunicación escrita en la empresa. – Estilos de redacción. – Siglas y abreviaturas. – Herramientas para la corrección de textos. – Estructuras y estilos de redacción en la documentación profesional. – Redacción de documentos profesionales, utilizando tratamientos de textos. – Técnicas de comunicación escrita. – Técnicas de transmisión de la imagen corporativa en los escritos.
6. Documentos escritos en la comunicación empresarial (15 horas)	3. Elabora documentos escritos de carácter profesional, aplicando criterios lingüísticos, ortográficos y de estilo.	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. g) Se han publicado documentos con herramientas de la web 2.0. k) Se han aplicado técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones escritas, valorando su importancia para las organizaciones.	1- La correspondencia comercial 2- Textos de organización interna 3- Textos protocolarios 4- Textos de relación con la administración pública: documentos
7. Comunicación en las redes sociales (15 horas)	3. Elabora documentos escritos de carácter profesional, aplicando criterios lingüísticos, ortográficos y de estilo.	g) Se han publicado documentos con herramientas de la web 2.0.	- Comunicación en las redes (Intra/Internet, blogs, redes sociales, chats y mensajería instantánea, entre otros). La “netiqueta”. - Comunicación institucional en las Redes Sociales.

<p>8. Gestión de la Correspondencia (6 horas)</p>	<p>4 Determina los procesos de recepción, registro, distribución y recuperación de comunicaciones escritas, aplicando criterios específicos de cada una de estas tareas.</p>	<p>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.</p>	<p>Determinación de los procesos de recepción, registro, distribución y recuperación de la información: – La recepción, envío y registro de la correspondencia. – Servicios de correos, circulación interna de correspondencia y paquetería. – Procedimientos de seguridad y confidencialidad de la información. – Clasificación y ordenación de documentos. – Técnicas de archivo: naturaleza. Finalidad del archivo. – Archivo de documentos. – Sistemas de archivo. – Clasificación de la información. – Centralización o descentralización del archivo. – El proceso de archivo. – Custodia y protección del archivo. – Las bases de datos para el tratamiento de la información. – El correo electrónico.</p>
<p>9. El archivo (6 horas)</p>	<p>4 Determina los procesos de recepción, registro, distribución y recuperación de comunicaciones escritas, aplicando criterios específicos de cada una de estas tareas.</p>	<p>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.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Archivo de la información en soporte papel: 2. Archivo de la información en soporte informático 3. Organización en carpetas del correo electrónico y otros sistemas de comunicación telemática.

10. Técnicas de comunicación en la atención al cliente (9 horas)	5. Aplica técnicas de comunicación, identificando las más adecuadas en la relación y atención a los clientes/usuarios.	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.	5. Técnicas de comunicación relacionadas con la atención al cliente/usuario: 5.1 El cliente. 5.2 La atención al cliente en la empresa/organización. 5.3 El departamento de atención al cliente/consumidor en la empresa. 5.4 Documentación implicada en la atención al cliente. 5.5 Sistemas de información y bases de datos. 5.6 Relaciones públicas. 5.7 Canales de comunicación con el cliente. 5.8 Procedimientos de obtención y recogida de información.
	6. Gestiona consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes, aplicando la normativa vigente.	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.	6 Gestión de consultas, quejas y reclamaciones: 6.2 El rol del consumidor y/o usuario. 6.6 Reclamaciones y denuncias.
11. La protección al consumidor (6 horas)	6. Gestiona consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes, aplicando la normativa vigente.	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. i) Se ha valorado la importancia de la protección del consumidor. j) Se ha aplicado la normativa en materia de consumo.	6 Gestión de consultas, quejas y reclamaciones: 6.1 La protección del consumidor y/o usuario. 6.2 El rol del consumidor y/o usuario. 6.3 Derechos y deberes de los consumidores y/o usuarios. 6.4 La defensa del consumidor. 6.5 Instituciones y organismos de protección al consumidor.

<p>12 Gestión de quejas y reclamaciones (6 horas)</p>	<p>6. Gestiona consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes, aplicando la normativa vigente.</p>	<p>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.</p>	<p>6 Gestión de consultas, quejas y reclamaciones: 6.6 Reclamaciones y denuncias. 6.7 Mediación y arbitraje: concepto y características. 6.8 Situaciones en las que se origina una mediación o arbitraje.</p>
<p>13. El servicio posventa (6 horas)</p>	<p>5. Aplica técnicas de comunicación, identificando las más adecuadas en la relación y atención a los clientes/usuarios.</p>	<p>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. e) Se ha obtenido, en su caso, la información histórica del cliente. g) Se han analizado y solucionado los errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente/usuario.</p>	<p>5. Técnicas de comunicación relacionadas con la atención al cliente/usuario: 5.4 Documentación implicada en la atención al cliente. 5.5 Sistemas de información y bases de datos. 5.6 Relaciones públicas. 5.7 Canales de comunicación con el cliente. 5.8 Procedimientos de obtención y recogida de información. 5.9 Técnicas de atención al cliente: dificultades y barreras en la con con clientes/usuarios.</p>
	<p>7. Organiza el servicio posventa, relacionándolo con la fidelización del cliente.</p>	<p>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.</p>	<p>7. Organización del servicio posventa: 7.1 El valor de un producto o servicio para el cliente. 7.2 Actividades posteriores a la venta. 7.3 El proceso posventa y su relación con otros procesos. 7.4 Tipos de servicio posventa. 7.5 La gestión de la calidad en el proceso del servicio posventa. 7.6 Fases para la gestión de la calidad en el servicio posventa. 7.7 Técnicas y herramientas para la gestión de la calidad.</p>

9 Contenidos por unidad didáctica.

1. Empresa y comunicación

OBJETIVOS

- Valorar la importancia de la división del trabajo.
- Analizar la necesidad de establecer estructuras.
- Conocer los principales modelos organizativos empresariales.
- Diferenciar organización formal e informal.
- Conocer la utilidad práctica de los distintos tipos de organigramas.
- Diferenciar las distintas funciones del personal en la organización.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

RA1. 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.
- e) Se han definido los canales formales de comunicación en la organización a partir de su organigrama.

CONTENIDOS

1. La organización de la empresa
 - 1.1. ¿Qué es organizar?
 - 1.2. Principios de la organización
 - 1.3. Etapas de la organización
2. Modelos organizativos
 - 2.1. Organización lineal
 - 2.2. Organización funcional o de Taylor
 - 2.3. Organización lineo-funcional
 - 2.4. Organización por comités
 - 2.5. Organización matricial

3. Organización estructural de las personas en la empresa
4. El organigrama empresarial
5. Funciones del personal en la organización
 - 5.1. Función de producción
 - 5.2. Función comercial
 - 5.3. Función financiera
 - 5.4. Función de recursos humanos
 - 5.5. La gestión del talento
6. Relación interdepartamental

2. Procesos de información y comunicación en las organizaciones

OBJETIVOS

- Transmitir una visión general de la comunicación.
- Conocer los elementos de la comunicación.
- Analizar el proceso.
- Reflexionar sobre las barreras y errores de la comunicación.
- Reflexionar sobre la importancia de la imagen corporativa en los procesos de información y comunicación en las organizaciones.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

RA1. Caracteriza técnicas de comunicación institucional y promocional, distinguiendo entre internas y externas.

Criterios de evaluación

- 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

1. Comunicación, información y comportamiento
2. Elementos que intervienen en la comunicación
3. Tipos de comunicación
4. El proceso de la comunicación
5. Barreras de la comunicación
6. Factores que modifican la percepción
7. Errores de la comunicación
8. Las relaciones humanas y laborales en la empresa
9. Los flujos de comunicación
10. Comunicación interna
 - 10.1 Comunicación interna que fluye en sentido vertical
 - 10.2. Comunicación interna que fluye en sentido horizontal
11. Comunicación externa
 - 11.1. Comunicación personal o individualizada
 - 11.2. Comunicación no personal o masiva

3. Comunicación oral presencial

OBJETIVOS

- Reflexionar sobre los aspectos básicos de la comunicación oral.
- Conocer las formas de comunicaciones unidireccionales y bidireccionales.
- Practicar habilidades sociales propias de la comunicación oral.
- Aplicar las técnicas de comunicación al ámbito laboral.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

RA2. 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.
- b) Se han aplicado las distintas técnicas de comunicación oral presencial
- c) Se ha aplicado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales
- 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

- 1. Concepto y componentes de la comunicación oral
- 2. El proceso de la comunicación oral
 - 2.1. Fases
 - 2.2. Barreras
 - 2.3. Soluciones
- 3. Principios básicos en las comunicaciones orales
- 4. Técnicas de comunicación oral presencial
- 5. Formas de comunicación oral
 - 5.1. Comunicaciones orales individuales
 - 5.2. Comunicaciones orales colectivas
- 6. Habilidades sociales y protocolo en la comunicación oral
- 7. Técnicas de imagen corporal
- 8. Comunicaciones en la recepción de visitas y acontecimientos especiales

4. Comunicación oral no presencial

OBJETIVOS

- Reflexionar sobre la forma correcta de atender las llamadas telefónicas de la empresa.

- Conocer las formas de comunicación que se están generalizando en las empresas.
- Valorar la conveniencia y la utilidad del empleo de una determinada tecnología.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

RA2. Realiza comunicaciones orales presenciales y no presenciales, aplicando técnicas de comunicación y adaptándolas 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 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.
- 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

1. La comunicación telefónica
 - 1.1. Estructura general de una conversación telefónica. Proceso
 - 1.2. Componentes de la atención telefónica
 - 1.3. La cortesía en las comunicaciones telefónicas
 - 1.4. Tratamiento de las diversas categorías de llamadas
2. Redes telefónicas
3. Centralitas
4. Directorios telefónicos
5. Videoconferencia
6. Mensajería instantánea

5. La comunicación escrita en el ámbito empresarial

OBJETIVOS

- Sensibilizar sobre el tema de la comunicación escrita en el ámbito de la empresa.
- Asumir los principios de estilo en la comunicación escrita.
- Reflexionar sobre las características propias de la redacción de textos comerciales.
- Manejar las herramientas de corrección de textos.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

RA3. Elabora documentos escritos de carácter profesional, aplicando criterios lingüísticos, ortográficos y de estilo.

Criterios de evaluación

- 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.
- 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

1. La comunicación escrita eficaz
2. Características de la redacción en los textos de la empresa
3. Principios básicos de estilo en la comunicación escrita
 - 3.1. Concisión
 - 3.2. Claridad
 - 3.3. Emplear la voz activa
 - 3.4. Evitar la redundancia

- 3.5. Emplear los dos géneros
- 4. Técnicas de construcción de oraciones y párrafos para un escrito eficaz
- 5. Abreviaturas comerciales y oficiales
- 6. Herramientas para la corrección de textos
 - 6.1. Programas informáticos para la corrección de textos
 - 6.2. Diccionarios

6. Documentos escritos de comunicación empresarial

OBJETIVOS

- Conocer las características de la correspondencia comercial.
- Identificar la estructura formal de la carta comercial y memorizar técnicas de redacción de cartas.
- Conocer los principales textos utilizados por las empresas para comunicarse formalmente.
- Analizar y elaborar textos de organización interna.
- Redactar textos protocolarios y valorar su importancia.
- Conocer y elaborar documentos de relación de la empresa y los ciudadanos con la Administración.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

RA3. 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.
- g) Se han publicado documentos con herramientas de la web 2.0.
- k) Se han aplicado técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones escritas, valorando su importancia para las organizaciones.

CONTENIDOS

1. Correspondencia comercial
 - 1.1. La carta comercial
 - 1.2. Características de la correspondencia comercial
 - 1.3. Estructura formal de la carta comercial
 - 1.4. Contenido de la carta
 - 1.5. Consejos prácticos sobre la presentación formal
 - 1.6. Cómo redactar una carta comercial
2. Textos de organización interna
 - 2.1. Comunicado interno o memorandum
 - 2.2. Informe
 - 2.3. Convocatoria
 - 2.4. Acta
 - 2.5. Certificado
 - 2.6. Notas de recepción de llamadas telefónicas y visitas
 - 2.7. Portada de fax o carátula
3. Textos protocolarios
 - 3.1. Saluda
 - 3.2. Tarjeta de invitación
 - 3.3. Felicitaciones diversas
 - 3.4. Nota de regalo
 - 3.5. Pésame
 - 3.6. Esquela
 - 3.7. Telegrama
4. Textos de relación con la Administración Pública
 - 4.1. Solicitud
 - 4.2. Denuncia
 - 4.3. Alegaciones
 - 4.4. Recurso

7. Comunicación en las redes sociales

OBJETIVOS

- Asumir la importancia en la comunicación personal y profesional de las redes sociales.

- Valorar las ventajas e inconvenientes de la comunicación en las redes sociales.
- Conocer las principales normas de netiqueta que deben aplicarse en las redes.
- Reflexionar sobre la influencia de este nuevo modo de comunicación en el ámbito de las empresas.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

RA3. 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.

CONTENIDOS

1. Las redes sociales
2. Web 2.0
3. Principales redes sociales sin temática específica
 - 3.1. Facebook
 - 3.2. YouTube
 - 3.3. Tuenti
 - 3.4. Twitter
4. Redes sociales específicas
 - 4.1. Problemas de las redes sociales
 - 4.2. El negocio de las redes sociales
 - 4.3. Netiqueta en las redes sociales
5. Medidas que hay que tener en cuenta antes de unirse a una red social
6. Google +
7. Comunicación institucional en las redes sociales

8. Gestión de la correspondencia

OBJETIVOS

- Comentar los pasos en que se resume la gestión de la correspondencia de entrada y de salida.

- Cumplimentar los libros registro de entrada y salida de correspondencia.
- Conocer las posibilidades que ofrece el servicio español de Correos.
- Valorar la necesidad de utilizar los servicios de mensajería y paquetería del sector privado.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

RA4. 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.

CONTENIDOS

1. La recepción de la correspondencia
 - 1.1. Recepción y clasificación
 - 1.2. Numeración y registro
 - 1.3. Distribución
 - 1.4. Informatización de la recepción de la correspondencia
2. La salida de la correspondencia de la empresa
 - 2.1. Plegado y ensobrado
 - 2.2. Numeración y registro
 - 2.3. Envío
 - 2.4. Informatización del envío de correspondencia
3. Servicio de Correos
 - 3.1. Cartas y documentos
 - 3.2. Telegramas
 - 3.3. Fax y burofax
 - 3.4. Envío de paquetería
4. Servicios privados de paquetería y mensajería
 - 4.1. Servicio nacional
 - 4.2. Servicio internacional
 - 4.3. Servicios complementarios
5. Seguridad y confidencialidad de la información
 - 5.1. Protección legal

- 5.2. Procedimientos de seguridad y confidencialidad en la información
- 5.3. Protección de datos de carácter personal

9. El archivo

OBJETIVOS

- Conocer las principales normas y sistemas de clasificación.
- Valorar la necesidad de archivar documentos tanto en soporte papel como en soporte informático.
- Sistematizar la organización en carpetas del correo electrónico.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

RA4. 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.
- 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

- 1. Archivo de la información en soporte papel
 - 1.1. Clasificación y ordenación de documentos
 - 1.2. Normas y sistemas de clasificación

- 1.3. Archivo: concepto, objetivos y condiciones
- 1.4. Tipos de archivos
- 1.5. Organización y clasificación de un archivo de oficina
- 1.6. El proceso de archivo
- 1.7. Permanencia de los documentos en el archivo
- 1.8. Destrucción de documentos
2. Archivo de la información en soporte informático
 - 2.1. Las bases de datos para el tratamiento de la información
 - 2.2. Procedimientos de protección de datos
3. Organización en carpetas del correo electrónico y otros sistemas de comunicación telemática

10. Técnicas de comunicación en la atención al cliente

OBJETIVOS

- Definir cliente y distinguir los diferentes tipos según su comportamiento.
- Identificar las fases que componen el proceso de atención al cliente.
- Analizar las motivaciones de compra y los factores que inciden en su desarrollo por parte del cliente.
- Analizar los errores más habituales en las relaciones con el cliente.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

RA5. 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.

RA6. 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.

CONTENIDOS

- 1. Concepto y tipología de los clientes
 - 1.1. Tipología de los clientes
- 2. Las relaciones con el cliente
 - 2.1. El servicio al cliente
 - 2.2. La atención al cliente
 - 2.3. Fidelización de clientes
- 3. El departamento de atención al cliente
 - 3.1. Funciones del departamento de atención al cliente
 - 3.2. Organización del departamento de atención al cliente
- 4. La comunicación con el cliente
 - 4.1. Herramientas de comunicación con el cliente
 - 4.2. El marketing directo

11. La protección del consumidor

OBJETIVOS

- Valorar la importancia de la protección al consumidor.
- Identificar, analizar y aplicar la normativa en materia de consumo.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

RA6. 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.
- i) Se ha valorado la importancia de la protección del consumidor.
- j) Se ha aplicado la normativa en materia de consumo.

CONTENIDOS

- 1. El consumidor y sus derechos
 - 1.1. Concepto de consumidor
 - 1.2. Derechos de los consumidores
- 2. Marco jurídico de la defensa del consumidor
- 3. Organismos de defensa del consumidor

12. Gestión de quejas y reclamaciones

OBJETIVOS

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

RA6. Gestiona consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes, aplicando la normativa vigente.

Criterios de evaluación

- 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

- 1. Gestión de quejas y reclamaciones
 - 1.1. Elementos básicos de las quejas y reclamaciones
 - 1.2. Procedimientos de la gestión de quejas
 - 1.3. Documentación administrativa de la gestión de quejas
 - 1.4. La calidad en la gestión de quejas
- 2. El sistema arbitral de consumo
 - 2.1. Los órganos arbitrales
 - 2.2. Procedimiento del arbitraje de consumo

13. El servicio posventa

OBJETIVOS

- Determinar las fases que componen el proceso posventa y las situaciones comerciales que precisan este servicio.
- Analizar las herramientas más habituales en el desarrollo del servicio posventa y los distintos elementos que intervienen en la fidelización de clientes.
- Identificar los estándares de calidad precisos para la prestación del servicio posventa.
- Valorar la importancia del servicio posventa en la relación con los clientes.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

RA5. 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.
- e) Se ha obtenido, en su caso, la información histórica del cliente.
- g) Se han analizado y solucionado los errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente/usuario.

RA7. Organiza el servicio posventa, 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

- 1. Actividades posteriores a la venta
- 2. La satisfacción del cliente
- 3. El servicio posventa
 - 3.1. Objetivos y actividades del servicio posventa

- 3.2. La información en el servicio posventa
- 3.3. Organización del servicio posventa
- 4. La calidad en el servicio posventa
 - 4.1. Concepto de calidad
 - 4.2. Calidad del servicio y calidad percibida por el cliente
 - 4.3. Gestión de la calidad del servicio posventa

Competencias/Resultados de aprendizaje	RA1	RA2	RA3	RA4	RA5	RA 6	RA 7
a) Tramitar documentos o comunicaciones internas o externas en los circuitos de información de la empresa.	X	X			X		
b) Elaborar documentos y comunicaciones a partir de órdenes recibidas, información obtenida y/o necesidades detectadas.	X	X	X		X		
e) Clasificar, registrar y archivar comunicaciones y documentos según las técnicas apropiadas y los parámetros establecidos en la empresa.				X			
l) Atender a los clientes/usuarios en el ámbito administrativo y comercial asegurando los niveles de calidad establecidos y ajustándose a criterios éticos y de imagen de la empresa/institución.						X	X
p) Comunicarse con sus iguales, superiores y 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.						X	X



10 Distribución temporal

	PRIMER TRIMESTRE	SEGUNDO TRIMESTRE	TERCER TRIMESTRE
UNIDADES DIDACTICAS	1 a 5	6 a 9	10 a 13

11 Procedimientos y criterios de evaluación comunes para las enseñanzas de formación profesional inicial reflejados en el proyecto educativo del centro.

En cumplimiento del artículo 3.1 de la Orden de septiembre de 2010 se establecen los siguientes criterios de evaluación comunes a las enseñanzas de formación profesional inicial.

1.- Referentes a la actitud respecto al trabajo y estudio.

1.1.- Asiste regular y puntualmente a clase.

1.2.- Mantiene una actitud adecuada en clase.

1.3.- Trae a clase el material necesario para la realización de las actividades de enseñanza y aprendizaje.

1.4.- Participa activa y positivamente en las tareas y actividades que se desarrollan en clase y en las actividades complementarias y extraescolares.

1.5.- Muestra interés por el estudio y realiza las tareas cumpliendo los plazos.

1.6.- Utiliza las técnicas de trabajo intelectual básicas propias de cada módulo.

2.- Referentes a la convivencia y autonomía personal.

2.1.- Cumple las normas de convivencia del centro.

2.2.- Trata con corrección al profesorado, personal de administración y servicios, y a sus compañeros/as.



2.3.- Se comporta adecuadamente según los lugares y momentos.

2.4.- Escucha de manera interesada y tiene una actitud dialogante pidiendo el turno de palabra para intervenir.

2.5.- Se relaciona y convive de manera participativa en una sociedad democrática, plural y cambiante aceptando que puede haber diferentes puntos de vista sobre cualquier tema.

2.6.- Es autónomo en la toma de decisiones y es capaz de dar razón de los motivos de su actitud asumiendo el riesgo que comporta toda decisión.

2.7.- Trabaja en equipo sumando el esfuerzo individual para la búsqueda del mejor resultado posible.

2.8.- Toma conciencia de la responsabilidad sobre los actos propios.

2.9.- Cuida el material y recursos del Instituto y de sus compañeros/as.

3.- Referente a la expresión y comprensión oral y escrita.

3.1.- Escribe con un uso correcto de la ortografía y de la gramática textos con finalidades comunicativas diversas.

3.2.- Emplea un vocabulario correcto y adecuado a la situación comunicativa.

3.3.- Se expresa oralmente y por escrito de forma ordenada y clara.

3.4.- Comprende lo que lee y escucha distinguiendo lo esencial de lo secundario.

4.- Referente al tratamiento de la información y uso de las TIC.

4.1.- Maneja distintas fuentes de información y sabe seleccionarla de forma crítica, discriminando lo relevante de lo irrelevante.

4.2.- Utiliza adecuadamente Internet para la búsqueda de información y para la comunicación, envío y recepción de información.

4.3.- Presenta la información de manera inteligible y ordenada.





12 Competencias profesionales, personales y sociales asociadas al módulo

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 contribuye a alcanzar los objetivos generales a), b), c), d), e), g), n) y s) del ciclo formativo, y las competencias a), b), c), d), e) y p) 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.





13 Contenidos de carácter transversal

De acuerdo con el apartado c) del Proyecto Educativo de Centro se incluirán en el desarrollo diario de las clases los contenidos de carácter transversal siguientes:

- La educación moral y cívica.
- La educación del consumidor.
- La educación para la convivencia.
- La educación para la igualdad de género y la social.
- La educación ambiental y del consumidor.
- La defensa de la cultura andaluza.

14 Metodología

La metodología didáctica hace referencia al conjunto de decisiones que se han de tomar para orientar el desarrollo en el aula de los procesos de enseñanza y aprendizaje.

Al analizar la metodología didáctica existen dos dimensiones de la misma que conviene clarificar: las estrategias didácticas y las actividades. Las estrategias didácticas hacen referencia al tipo de actividades que se desarrollan en el aula y al modo de organizarlas o secuenciarlas, en tanto que las actividades propiamente dichas hacen referencia a las tareas realizadas por los alumnos con la finalidad de adquirir determinadas competencias.

Estrategias didácticas

Como ya se ha señalado, la elección de estrategias didácticas deberá estar orientada en todo momento por el tipo y el grado de las competencias que se pretenden conseguir, variando en función de que estas sean de carácter conceptual, procedimental o actitudinal. En concreto se utilizarán las siguientes estrategias:

- Clases expositivas.
- Realización de supuestos prácticos.
- Clases prácticas utilizando el aula de informática.
- Trabajos.

Actividades de enseñanza aprendizaje

Las actividades didácticas permiten desarrollar las diferentes estrategias didácticas propuestas. La metodología didáctica vendrá determinada por el tipo de actividades desarrolladas y su secuencia a lo largo del proceso de enseñanza aprendizaje. Con





respecto a esta última se distinguirán tres momentos o fases diferenciadas. En primer lugar las actividades de iniciación, orientadas a explicar las concepciones del alumnado y a propiciar la motivación por el tema objeto de estudio. A continuación, las actividades de desarrollo, orientadas a la construcción del aprendizaje significativo de los contenidos que estructuran el tema, y por último, las actividades de acabado que tendrán por objeto la elaboración de síntesis y la evaluación sumativa de la unidad.

Las actividades de enseñanza aprendizaje que deben realizar los alumnos aparecen recogidas en cada unidad didáctica del libro de texto, bajo la denominación "actividades", "comprueba tu aprendizaje" y "test de repaso".

El aprendizaje debe basarse en el saber hacer y está organizado en torno a unos ejercicios y supuestos prácticos a lo largo de todo el curso.

La metodología didáctica de la formación profesional específica favorece en el alumnado la capacidad de autoaprendizaje y el trabajo en equipo.

Se recomienda enfrentar a los alumnos y alumnas con la simulación de casos prácticos sobre procesos de trabajo lo más cercano posible a la realidad económica, con un grado creciente de dificultad.

Se debe fomentar en todo momento la participación activa del alumnado mediante la realización de trabajos de investigación, participación en debates, expresión de las propias opiniones.

Se propone una metodología basada en breves exposiciones teóricas acerca de técnicas y procedimientos fundamentales, seguidas de supuestos prácticos. Se pretende que los alumnos y alumnas sean capaces de utilizar las herramientas de consulta y aprendizaje necesarias.

En este sentido, el alumno y la alumna deben acostumbrarse a obtener información de distintos manuales de referencia y medios de comunicación y a realizar trabajos de campo.

Se seguirá una metodología activa y participativa, que facilite la interacción, fomente la responsabilidad sobre el aprendizaje, asegure la motivación, favorezca la modificación o adquisición de nuevas actitudes, posibilite el desarrollo de habilidades y potencie la evaluación como un proceso de retroalimentación continua.

Los materiales y documentos utilizados deberán encontrarse actualizados y deben ser apropiados al nivel de comprensión del ciclo formativo que nos ocupa.

15 Procedimientos de evaluación y criterios de calificación

Tipos de evaluación





La evaluación se concretará en un conjunto de acciones planificadas en diversos momentos del proceso formativo, lo que permite referirse a la evaluación, según el momento en el que se produzca, con los términos de inicial o diagnóstica, continua o formativa y final o sumativa; proporcionando en cada caso la información pertinente en el desarrollo de dicho proceso.

Evaluación inicial o diagnóstica

Proporciona información sobre la situación de partida de los alumnos al iniciar el ciclo formativo, con la finalidad de orientar la intervención educativa del modo más apropiado.

La evaluación inicial se realizará al comenzar el ciclo formativo y aporta información para que el profesorado pueda tomar decisiones respecto al nivel de profundidad con el que se habrán de desarrollar los contenidos y las estrategias de aprendizaje a plantear en cada caso.

Evaluación formativa

Se realiza a lo largo del propio proceso de enseñanza-aprendizaje, a través del análisis de los aprendizajes adquiridos por los alumnos y de la información recogida sobre la marcha del proceso formativo que se está desarrollando, permitiendo que el profesorado pueda realizar, en cada caso, un análisis de las dificultades encontradas y un replanteamiento de las estrategias que serían más adecuadas para el desarrollo de los resultados de aprendizaje propuestos en el módulo.

Evaluación sumativa

Tiene por finalidad la valoración de los resultados del aprendizaje al finalizar una determinada fase del proceso formativo, tomando como referencia los criterios de evaluación y los objetivos (resultados de aprendizaje y objetivos didácticos) establecidos para esa fase. La evaluación sumativa se realizará al final del ciclo formativo.

Desde esta perspectiva, la evaluación sumativa conducirá a la acreditación profesional que garantiza haber adquirido las competencias y las capacidades requeridas para el desarrollo de la actividad profesional.

Criterios de evaluación

La evaluación de los aprendizajes de los alumnos se realizará tomando como referencia los resultados de aprendizaje y criterios de evaluación establecidos para el módulo profesional. Los criterios de evaluación establecen el nivel aceptable de consecución del





resultado de aprendizaje, en consecuencia, los resultados mínimos que deben ser alcanzados en el proceso enseñanza-aprendizaje.

La evaluación se determinará atendiendo a los siguientes criterios:

- Participación activa
- Interés
- Atención
- Trabajo en clase
- Respeto a los compañeros y al profesor
- Pulcritud y orden en el mantenimiento del material
- Pruebas objetivas

Procedimiento de evaluación

Según la Orden de 29 de septiembre de 2010, la evaluación de los aprendizajes del alumnado será continua.

Instrumentos de evaluación

Son las técnicas, recursos o procedimientos utilizados para obtener información acerca de todos los factores que intervienen en el proceso formativo con la finalidad de poder llevar a cabo en cada momento la evaluación correspondiente. Conviene poner de manifiesto que la elección de una técnica determinada dependerá de las características de la información que es necesario obtener, en función de los aspectos a evaluar y del momento en que se lleve a cabo.

Los tipos de instrumentos de evaluación son muy variados, entre otros, se utilizarán los siguientes:

- Pruebas o preguntas de clase.
- Búsquedas de información en Internet de forma individual o por pareja.
- Ejercicios y prácticas individuales o en parejas.
- Trabajos de grupo.
- Pruebas escritas.
- Debates sobre las posibles soluciones a diferentes problemas y actividades participativas de carácter similar.





Después de realizadas las pruebas escritas, que serán entregadas a los alumnos ya corregidas, se comentarán en clase los resultados y se realizarán los ejercicios que constituyeron la prueba. En general, cualquier actividad de evaluación será corregida en clase.

Criterios de calificación

1. Para calificar a un alumno/a en una evaluación, se tendrán en cuenta las notas obtenidas en las pruebas objetivas, las actividades y trabajos exigidos de forma individual y en grupo, su participación en clase y su actitud.

La calificación global, en cada una de las tres evaluaciones trimestrales, se expresará mediante la escala numérica de uno a diez, sin decimales, considerándose positivas las que sean iguales o superiores a cinco y negativas las restantes. Se establecerá una media ponderada atendiendo a la siguiente escala:

Criterios propios de la materia: 90%
Criterios comunes: 10%

Los criterios propios de la materia se valorarán a través de pruebas objetivas (80%) y de los trabajos y actividades realizados por el alumno (10%).

Se realizarán pruebas objetivas en cada evaluación. Se hará la media entre las notas parciales de cada prueba, siempre que se haya obtenido, como mínimo, un cuatro.

La nota media resultante de todas las pruebas tiene que ser cinco o mayor de cinco.

El alumnado deberá presentar aquellos trabajos que con carácter obligatorio sean fijados para cada una de las evaluaciones. Las actividades de clase tendrán carácter obligatorio y podrán ser solicitadas tanto para su revisión en borrador, antes de corregirlas, como para su entrega en limpio, una vez corregidos los ejercicios en clase.

Como normal general cualquier tarea debe ser entregada en tiempo y forma.

Para los criterios comunes (10%), la actitud, la participación, el material didáctico y el uso adecuado de los equipos informáticos.





2. El alumno que no se presente a un examen deberá acudir a la recuperación de la evaluación correspondiente.

3. Recuperaciones:

Evaluaciones pendientes:

Si el alumno/a no alcanza los resultados de aprendizaje programados para una evaluación, tendrá derecho a una prueba de recuperación de la materia impartida en la evaluación, que se celebrará después de la entrega de calificaciones, excepto en la tercera evaluación que se hará en la recuperación de final de curso.

En la recuperación, los criterios de calificación serán los mismos que en la evaluación.

El alumno/a deberá presentar los ejercicios y trabajos propuestos durante el periodo de evaluación

4. Recuperación en junio:

El alumno/a que no haya superado el módulo mediante evaluación parcial, deberá acudir al período de recuperación de junio y realizar una prueba objetiva de los contenidos de las evaluaciones que tenga suspensas. Los criterios de calificación serán los mismos que en las evaluaciones parciales.

El alumno/a deberá presentar los ejercicios y trabajos propuestos.

5. Evaluación final del módulo:

La calificación de la evaluación final del módulo será la que resulte de hacer la media de las notas obtenidas en cada una de las tres evaluaciones.

6. Copiar en un control supondrá, para el alumno/a, el suspenso en esa evaluación.

El alumno/a deberá obtener una nota igual o superior a cinco puntos en el apartado de criterios propios de la materia, para que puedan ser evaluados los criterios comunes.

Criterios de calificación / Resultados de aprendizaje	%	RA1	RA2	RA3	RA4	RA5	RA6	RA7
Pruebas escritas	80%	X	X	X	X	X	X	X
Ejercicios, actividades, trabajos y cuaderno.	20%	X	X	X	X	X	X	X





16 Período de recuperación

El alumnado que tenga módulos profesionales no superados mediante evaluación parcial, o desee mejorar los resultados obtenidos, tendrá obligación de asistir a clase y continuar con las actividades lectivas hasta la fecha de finalización del régimen ordinario de clase.

En este periodo, se realizarán actividades de apoyo y refuerzo de las competencias que han de adquirirse con el módulo.

Las clases del periodo de recuperación estarán enfocadas prioritariamente al alumnado que tenga módulos profesionales no superados mediante evaluación parcial.

Durante este tiempo, el alumno/a realizará ejercicios de repaso, prestando especial atención a aquellos temas o unidades en los que haya mostrado una especial dificultad.

17 Atención a la diversidad

De acuerdo con lo dispuesto para la atención a la diversidad y la organización de las actividades de refuerzo y recuperación en los apartados f) y g) del proyecto educativo del IES Universidad Laboral de Málaga:

Para no limitar el aprendizaje del alumnado se programarán actividades o trabajos de ampliación para los alumnos más aventajados y de refuerzo para aquellos que deban recuperar conceptos que no dominan. También se facilitará al alumno que no supere la evaluación del módulo la recuperación del mismo, con actividades complementarias y nuevas pruebas orales o escritas, para que pueda demostrar que ha adquirido los resultados de aprendizaje y los objetivos programados.

De acuerdo con lo establecido en el art. 2.5.e) de la O. de 29/9/2010 en la que se regula la evaluación de la formación profesional en Andalucía:

La adecuación de las actividades formativas, los criterios y los procedimientos de evaluación cuando el ciclo formativo vaya a ser cursado por alumnado con algún tipo de discapacidad, deben garantizar 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.

En este módulo no hay ningún alumno de NEE matriculado.

18 Materiales y recursos didácticos

En el tratamiento didáctico de este módulo se deberán utilizar recursos materiales impresos, audiovisuales e informáticos.





Para el alumno:

- Libro de texto de la Editorial Macmillan
- Cuaderno de documentos.
- CD de materiales con referencias legislativas, acceso a los textos legales más importantes a que se hace referencia en el desarrollo del módulo y enlaces a páginas web de interés.

Para el profesor:

- Presentaciones en Power-Point de cada una de las unidades.
- Solucionario de las actividades del libro con sugerencias didácticas para cada unidad.
- CD generador de pruebas de evaluación.
- Secuencias de películas con fichas de explotación para trabajar los contenidos del módulo en el aula.

Otros recursos:

- El equipamiento de un aula asignada al ciclo.
- Libros especializados sobre los diferentes temas a que hace referencia el módulo.
- Equipos informáticos conectados a Internet.
- Aplicaciones informáticas de propósito general.
- Aplicaciones informáticas específicas para el módulo.
- Material de oficina (escritura, archivo, reproducción de documentos, etc.).
- Publicaciones periódicas de contenido general y de contenido especializado.

19 Actividades complementarias y extraescolares

Las organizadas por el Departamento

20 Procedimiento para el seguimiento de las programaciones didácticas.

- Valoración trimestral colegiada, tras cada una de las evaluaciones, en el Departamento, respecto al nivel de desarrollo de la programación planificada y los resultados obtenidos.
- Informe trimestral y final del profesorado respecto a logros, dificultades y propuestas de mejora.

21 Comunicación de la programación didáctica

- Se da publicidad al inicio de curso verbalmente al alumnado y se le referencia a la página web del Centro.

