

COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE

CICLO FORMATIVO DE GRADO MEDIO

**GESTIÓN
ADMINISTRATIVA**

CURSO 2023-2024

IES ARAVALLE. EL BARCO DE ÁVILA
Profesora: MARTA GARCINUÑO MÉNDEZ

ÍNDICE

1. Introducción	3
2. Objetivos	4
3. Contenidos y temas relacionados con los contenidos ..	5
4. Temporalización	10
5. Resultados de aprendizaje, conceptos y criterios de evaluación	12
6. Orientaciones pedagógicas	25
7. Metodología	26
8. La evaluación	27
9. Contenidos mínimos exigibles	31
10. Materiales y recursos didácticos	32
11. Materias transversales	32
12. Medidas de atención a la diversidad.	32
13. Programa de actividades extraescolares y complementarias	33
14. Procedimientos de evaluación de la programación didáctica y sus indicadores de logro.	33
15. Plazo para la presentación de reclamaciones a las calificaciones	33
16. Plan de contingencia y digitalización.	35

1. INTRODUCCIÓN

El Real Decreto 1631/2009, de 30 de octubre, modificado por el Real Decreto 1126/2010, de 10 de septiembre, establece el **Título de Técnico en Gestión Administrativa** y se fijan sus enseñanzas mínimas, disponiendo en el artículo 1, que sustituye a la regulación del título de Técnico en Gestión Administrativa, contenida en el Real Decreto 1662/1994, de 22 de julio.

El DECRETO 32/2019, de 19 de agosto, por el que se establece el currículo correspondiente al título de Técnico en Gestión Administrativa en la Comunidad de Castilla y León, teniendo en cuenta los principios generales que han de orientar la actividad educativa, según lo previsto en el artículo 1 de la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación. Pretendedar respuesta a las necesidades generales de cualificación de los recursos humanos para su incorporación a la estructura productiva de la **Comunidad de Castilla y León**.

Este Título tiene salidas profesionales en todos los sectores productivos, independientemente de la actividad económica que desarrolle la empresa debido a su transversalidad.

La Relación de cualificaciones y unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales incluidas en el título son las siguientes:

- Actividades administrativas de recepción y relación con el cliente ADG307_2 (RD 107/2008, de 1 de febrero), que comprende las siguientes unidades de competencia:

UC0975_2: Recepcionar y procesar las comunicaciones internas y externas.

UC0976_2: Realizar las gestiones administrativas del proceso comercial. UC0973_1: Introducir datos y textos en terminales informáticos en condiciones de seguridad, calidad y eficiencia.

UC0978_2: Gestionar el archivo en soporte convencional e informático.

UC0977_2: Comunicarse en una lengua extranjera con un nivel de usuario independiente en las actividades de gestión administrativa en relación con el cliente.

UC0233_2: Manejar aplicaciones ofimáticas en la gestión de la información y la documentación.

- Actividades de gestión administrativa ADG308_2 (RD 107/2008, de 1 de febrero), que comprende las siguientes unidades de competencia:

UC0976_2: Realizar las gestiones administrativas del proceso

comercial.

UC0979_2: Realizar las gestiones administrativas de tesorería.

UC0980_2: Efectuar las actividades de apoyo administrativo de Recursos Humanos.

UC0981_2: Realizar registros contables.

UC0973_1: Introducir datos y textos en terminales informáticos en condiciones de seguridad, calidad y eficiencia.

UC0978_2: Gestionar el archivo en soporte convencional e informático.

UC0233_2: Manejar aplicaciones ofimáticas en la gestión de la información y la documentación.

Las competencias profesionales, personales y sociales del título, en concreto, las que están en relación (directa o indirecta) con el módulo COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE son las siguientes:

- Tramitar documentos o comunicaciones internas o externas en los circuitos de información de la empresa.
- Elaborar documentos y comunicaciones a partir de órdenes recibidas o información obtenida.
- Clasificar, registrar y archivar comunicaciones y documentos según las técnicas apropiadas y los parámetros establecidos en la empresa.
- Desempeñar las actividades de atención al cliente/usuario en el ámbito administrativo y comercial asegurando los niveles de calidad establecidos y relacionados con la imagen de la empresa /institución.
- Participar en las actividades de la empresa con respeto y actitudes de tolerancia.
- Adaptarse a diferentes puestos de trabajo y nuevas situaciones laborales, originados por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos.
- Participar en el trabajo en equipo respetando la jerarquía definida en la organización.

2. OBJETIVOS

La formación del módulo profesional contribuye a alcanzar los siguientes

objetivos generales del ciclo:

- Analizar el flujo de información y la tipología y finalidad de los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa, para tramitarlos.
- Analizar los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa, reconociendo su estructura, elementos y características para elaborarlos.
- 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.
- Realizar documentos y comunicaciones en el formato característico y con las condiciones de calidad correspondiente, aplicando las técnicas de tratamiento de la información en su elaboración.
- Analizar y elegir los sistemas y técnicas de preservación de comunicaciones y documentos adecuados a cada caso, aplicándolas de forma manual e informática para clasificarlos, registrarlos y archivarlos.
- Transmitir comunicaciones de forma oral, telemática o escrita, adecuándolas a cada caso y analizando los protocolos de calidad e imagen empresarial o institucional para desempeñar las actividades de atención al cliente/usuario.
- Valorar la diversidad de opiniones como fuente de enriquecimiento, reconociendo otras prácticas, ideas o creencias, para resolver problemas y tomar decisiones.
- Reconocer e identificar posibilidades de mejora profesional, recabando información y adquiriendo conocimientos para la innovación y actualización en el ámbito de su trabajo.

3. CONTENIDOS Y TEMAS RELACIONADOS CON LOS CONTENIDOS

1. Selección de técnicas de comunicación empresarial:

- Comunicación. Clasificación. Elementos.
- Barreras de la comunicación.
- Comunicación e información y comportamiento.
- Las relaciones humanas y laborales en la empresa.
- La organización empresarial. Organigramas.
- Principios y tipos de organización empresarial.
- Departamentos y áreas funcionales tipo.
- Relación interdepartamental.
- Funciones del personal en la organización.
- Descripción de los flujos de comunicación.
- La comunicación interna en la empresa: comunicación formal e informal.
- La comunicación externa en la empresa. La publicidad y las relaciones

públicas.

2. Transmisión de comunicación oral en la empresa:

- Principios básicos en las comunicaciones orales.
- Normas de información y atención oral.
- Técnicas de comunicación oral, habilidades sociales y protocolo.
- La comunicación no verbal.
- La comunicación verbal dentro del ámbito de la empresa.
- La comunicación telefónica.
- El teléfono y su uso.
- La centralita. Uso del listín telefónico. Normas para hablar correctamente por teléfono.
- La informática en las comunicaciones verbales.
- Comunicaciones en la recepción de visitas: acogida, identificación, gestión, despedida.

3. Transmisión de comunicación escrita en la empresa:

- La comunicación escrita en la empresa.
- Normas de comunicación y expresión escrita.
- Reglas básicas de ortografía para una correcta escritura comercial en la empresa.
- Características principales de la correspondencia comercial.
- La carta comercial. Estructura, estilos y clases.
- Formatos tipo de documentos de uso en la empresa y en las Administraciones Públicas.
- Medios físicos empleados en la correspondencia comercial.
- Medios y equipos ofimáticos y telemáticos.
- El correo electrónico.
- La recepción, envío y registro de la correspondencia.
- Servicios de correos en el sector público y privado. Circulación interna de correspondencia y paquetería.
- Aplicación de procedimientos de seguridad y confidencialidad de la información.
- La firma digital como sistema de seguridad en las comunicaciones mercantiles.

4. Archivo de la información en soporte papel e informático:

- Archivo de la información en soporte papel:
 - Clasificación y ordenación de documentos.
 - Normas de clasificación. Ventajas e inconvenientes.
 - Técnicas de archivo: Naturaleza. Finalidad del archivo.
 - Archivo de documentos. Captación, elaboración de datos y su

custodia.

- Clases y sistemas de archivo. Convencionales. Por microfilme.

Informáticos

- Ficheros. Medios físicos e informáticos.

- Clasificación de la información.

- Centralización o descentralización del archivo.

- El proceso de archivo.

- Confección y presentación de informes procedentes del archivo.

- La purga o destrucción de la documentación.

- Confidencialidad de la información y documentación.

- Archivo de la información en soporte informático:

- Las bases de datos para el tratamiento de la información.

- Estructura y funciones de una base de datos.

- Procedimientos de protección de datos.

- Archivos y carpetas.

- Organización en carpetas del correo electrónico y otros sistemas de comunicación telemática.

5. Reconocimiento de necesidades de clientes:

- Concepto e identificación del cliente: el cliente interno; el cliente externo.

- El conocimiento del cliente y sus motivaciones.

- Elementos de la atención al cliente: entorno, organización y empleados.

- Fases de la atención al cliente: la acogida, el seguimiento, la gestión y la despedida.

- La percepción del cliente respecto a la atención recibida.

- La satisfacción del cliente.

- Los procesos en contacto con el cliente externo.

6. Atención de consultas, quejas y reclamaciones:

- El departamento de atención al cliente. Funciones.

- Valoración del cliente de la atención recibida: reclamación, queja, sugerencias, felicitación.

- Elementos de una queja o reclamación.

- Las fases de la resolución de quejas/reclamaciones.

- El consumidor.

- Instituciones de consumo.

- Las instituciones de consumo en la Comunidad de Castilla y León y entidades locales.

- Normativa en materia de consumo.

- Procedimiento de recogida de las reclamaciones y denuncias.

- Tramitación y gestión.

- Oficinas integradas de atención al ciudadano. Las OIAC en el ámbito d-

la Comunidad de Castilla y León.

7. Potenciación de la imagen de la empresa:

- El marketing en la actividad económica: su influencia en la imagen de la empresa.
- Naturaleza y alcance del marketing.
 - Políticas de comunicación.
 - La publicidad: Concepto, principios y objetivos.
 - Las relaciones públicas.
 - La Responsabilidad Social Corporativa.

8. Aplicación de procedimientos de calidad en la atención al cliente:

- La calidad de servicio como elemento de la competitividad de la empresa.
- Tratamiento de anomalías producidas en la prestación del servicio.
- Procedimientos de control del servicio.
- Evaluación y control del servicio.
- Control del servicio postventa.
- La fidelización del cliente.

Para la impartición de los contenidos básicos, señalados en el BOCyL que regulan las enseñanzas de este ciclo se le asignan a este módulo un total de 165 horas, correspondiéndole un total de cinco horas semanales, que se impartirá durante el primer curso. En cualquier caso, la temporalización estará en función de la capacidad de aprendizaje y comprensión de los alumnos, así como de la adaptación a cada ciclo formativo concreto.

El Real Decreto 1631/2009, de 30 de octubre, establece el título de Técnico en Gestión Administrativa y se fijan sus enseñanzas mínimas, que son los **contenidos** recogidos en esta programación.

Como contenidos citamos los siguientes:

- **La empresa y su entorno**
 - Empresa y empresario
 - La organización empresarial. Organigramas
 - Departamentos y áreas funcionales
 - Funciones del personal de la empresa
- **Comunicación empresarial**
 - La comunicación
 - Barreras de la comunicación
 - Comunicación, información y comportamiento
 - Relaciones humanas y laborales en la empresa

- Flujos de comunicación
- La comunicación interna en la empresa: comunicación formal e informal
- **La comunicación oral**
 - Principios básicos de la comunicación oral
 - Canales de comunicación oral
 - Normas de atención y comunicación oral. La imagen personal en la transmisión de la comunicación.
 - La comunicación oral dentro del ámbito de la empresa
 - La comunicación telefónica
- **La comunicación escrita**
 - La comunicación escrita en la empresa
 - Características principales de la correspondencia comercial
 - Formatos tipo de documentos de uso en la empresa y en las administraciones públicas
- **Servicios de correos, circulación interna y paquetería**
 - Circulación interna del correo
 - Servicios prestados a las empresas en circuitos de mensajería
- **La recepción, envío y registro de la correspondencia y su clasificación**
 - Tratamiento del correo
 - Recepción del correo
 - Salida de la correspondencia
 - Clasificación y ordenación de los documentos
 - Normas de clasificación, ventajas e inconvenientes.
- **Archivo de la información**
 - Concepto de archivo. Naturaleza y finalidad
 - Archivo de documentos: Captación, elaboración de datos y su custodia
 - Clases de archivo y sistemas de archivo
 - Clasificación y organización de la información
 - El proceso de archivo
 - Confección y presentación de informes procedentes del archivo
 - Purga o destrucción de la documentación
 - Confidencialidad de la información y de la documentación
 - Los ficheros
- **Archivo de la información en soporte informático**
 - Medios y equipos ofimáticos y telemáticos

- Las bases de datos para el tratamiento de la información
- Estructura y funciones de una base de datos
- Procedimientos de protección de datos
- Archivos y carpetas
- **Reconocimiento de las necesidades de los clientes**
 - Concepto de cliente
 - El conocimiento del cliente y sus motivaciones
 - La motivación
 - Elementos de la atención al cliente: entorno, organización y empleados
 - Fase de la atención telefónica y por Internet: La acogida, el seguimiento, la gestión y la despedida.
 - La percepción del cliente respecto a la atención recibida
 - Oficinas integradas de atención al ciudadano.
- **Atención de consultas, quejas y reclamaciones**
 - El departamento de atención al cliente
 - El personal del servicio de atención al cliente
 - Valoración de la atención recibida: reclamación, quejas, sugerencias y felicitación.
 - Elementos de una queja o reclamación
 - Fases de resolución de una reclamación
 - El consumidor
 - Tramitación y gestión de reclamaciones y denuncias.
 -
- **Aplicación de procedimientos de calidad en la atención al cliente**
 - La calidad del servicio como elemento de la competitividad de la empresa
 - Tratamiento de las anomalías producidas en la prestación del servicio
 - Procedimientos de control del servicio
 - Evaluación y control del servicio
 - Fidelización del cliente
- **Potenciación de la imagen de la empresa**
 - El marketing en la actividad económica: su influencia en la imagen de la empresa
 - La publicidad
 - Relaciones públicas

4. TEMPORALIZACIÓN

Una propuesta de temporalización sería la recogida en la siguiente tabla
 La temporalización del módulo prevista queda recogida en la siguiente tabla.
 El número de horas estimado es de 155 horas.

El resto de las horas hasta el total se disponen para pruebas objetivas, exámenes, recuperaciones, exposiciones de trabajos, y otros imprevistos que puedan surgir a lo largo del módulo.

En cualquier caso, la temporalización estará en función de la capacidad de aprendizaje y comprensión de los alumnos, así como de su capacidad de trabajo y actitud ante el módulo.

PRIMERA EVALUACIÓN	
UNIDAD 1	Temporalización: 18 horas.
UNIDAD 2	Temporalización: 20 horas.
UNIDAD 3	Temporalización: 20 horas.
SEGUNDA EVALUACIÓN	
UNIDAD 4	Temporalización: 25 horas.
UNIDAD 5	Temporalización: 12 horas.
UNIDAD 6	Temporalización: 15 horas.
TERCERA EVALUACIÓN	
UNIDAD 7	Temporalización: 15 horas.
UNIDAD 8	Temporalización: 15 horas.
UNIDAD 9	Temporalización: 15 horas.
NÚMERO TOTAL DE HORAS	155 Horas

5. RESULTADOS DE APRENDIZAJE, CONCEPTOS Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN.

Unidad de trabajo 1 Empresa y comunicación.

1. Empresa

- 1.1. Elementos de una empresa
- 1.2. Principios de la organización empresarial.

2. Estructura organizativa de la empresa

- 2.1. Departamentalización de una empresa
- 2.2. Criterios para la organización departamental
- 2.3. Departamentos funcionales de una empresa

3. Organigramas

- 3.1. Modelos de organización

4. Información en la empresa

5. Proceso de comunicación

- 5.1. Diferencia entre información y comunicación
- 5.2. Elementos de la comunicación

6. Etapas y tipos de comunicación

- 6.1. Etapas del proceso de comunicación
- 6.2. Tipos de comunicación

7. Comunicación interna en la empresa

- 7.1. Flujos de información
- 7.2. Dirección de los flujos de comunicación interna

8. Comunicación externa

- 8.1. Tipos de comunicación externa
- 8.2. Aspectos que transmiten una buena imagen empresarial

9. Comunicación efectiva

- 9.1. La elección del canal de comunicación

9.2. La actitud en la comunicación

10. Barreras de la comunicación

10.1. Tipos de barreras de la comunicación

➤ CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

- Se han diferenciado los tipos de organizaciones y sus organigramas funcionales.
- Se ha reconocido la necesidad de comunicación entre las personas de una organización.
- Se ha distinguido entre comunicación e información.
- Se han descrito los elementos y procesos que intervienen en la comunicación.
- Se han diferenciado las comunicaciones internas y externas.
- Elaborar e interpretar un organigrama.
- Describir las principales funciones de los departamentos básicos de toda empresa.
- Establecer un sistema de relaciones entre los departamentos.
- Manejar el vocabulario específico relacionado con la organización empresarial.
- Se han identificado los flujos de información dentro de la empresa.
- Se han diferenciado los conceptos de imagen y cultura de la empresa.
- Se ha seleccionado el destinatario y el canal adecuado para cada situación.
- Se ha determinado la mejor forma y actitud a la hora de presentar el mensaje.
- Se han analizado los obstáculos que pueden existir en un proceso de comunicación.

Unidad 2. Comunicación presencial.

1. Comunicación oral

1.1. Características de la comunicación oral

1.2. Tipos de comunicación oral

1.3. Elementos en el proceso de comunicación oral

1.4. Normas básicas de la comunicación oral

2. Criterios de calidad en la comunicación presencial.

3. Elaboración del mensaje

3.1. Pasos para la elaboración de un mensaje

3.2. Pautas para la transmisión adecuada del mensaje

4. Situaciones y técnicas de la comunicación presencial

5. Comunicación en la recepción de visitas

5.1. Etapas de atención en la recepción

6. Habilidades sociales

7. Normas de protocolo en la empresa

7.1. Presentaciones

7.2. Tratamientos

7.3. Las costumbres socioculturales

8. Comunicación no verbal

8.1. Tipos de comunicación no verbal

8.2. La imagen personal en la comunicación presencial

➤ CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

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

Y también:

- Describir la naturaleza del proceso comunicativo, distinguiendo todos sus elementos.
- Distinguir entre información y comunicación.
- Enumerar y distinguir los elementos que intervienen en la comunicación.
- Describir las condiciones necesarias para que la comunicación se complete de forma satisfactoria.
- Apreciar la importancia de las comunicaciones para la empresa.
- Clasificar las diferentes comunicaciones empresariales.
- Valorar la importancia de las relaciones laborales y la conexión con las comunicaciones internas en la empresa.
- Distinguir y describir los tipos de comunicación que la empresa mantiene con el exterior.

- Valorar la importancia de la publicidad y las relaciones empresariales.

Unidad 3. Comunicación telefónica

1. Proceso de comunicación telefónica

- 1.1. Elementos del proceso de comunicación telefónica
- 1.2. Fases del proceso de comunicación telefónica
- 1.3. Estructura de la llamada telefónica

2. Usos habituales del teléfono en la empresa

- 2.1. Ventajas e inconvenientes de la comunicación telefónica
- 2.2. Clasificación de las llamadas
- 2.3. Barreras a la comunicación telefónica

3. Expresión verbal y no verbal al teléfono

- 3.1. Comunicación verbal
- 3.2. Comunicación no verbal
- 3.3. Pautas de la atención telefónica

4. Protocolo en las llamadas telefónicas

- 4.1. Recomendaciones para hacer una llamada telefónica
- 4.2. Atención de llamadas telefónicas
- 4.3. Atención de quejas por teléfono
- 4.4. Recogida y transmisión de mensajes

5. Centralitas telefónicas

- 5.1. Contestador automático vs. persona física
- 5.2. Modelo de atención de una llamada en una centralita telefónica

6. Equipos y medios en las comunicaciones telefónicas

- 6.1. Equipos telefónicos
- 6.2. Nuevos medios y sistemas
- 6.3. Funciones adicionales de telefonía

7. Informática en las comunicaciones verbales

7.1. Pautas para preparar una videoconferencia

7.2. Pautas durante el desarrollo de una videoconferencia.

➤ CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

- Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y sensibilidad en las comunicaciones telefónicas.
- Se ha elaborado el mensaje verbal de manera concreta y precisa, valorando las posibles dificultades en su transmisión en las comunicaciones telefónicas.
- Se ha presentado el mensaje verbal elaborado utilizando el lenguaje no verbal más adecuado en las comunicaciones telefónicas.
- Se han utilizado equipos de telefonía aplicando las normas básicas de uso.
- Se ha identificado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones no presenciales.
- Se ha identificado al interlocutor, observando las debidas normas de protocolo, adaptando la actitud y conversación a la situación de la que se parte.
- Se ha utilizado el léxico y expresiones adecuados en las comunicaciones telefónicas.
- Se han analizado los errores cometidos y se han propuesto las acciones correctivas necesarias.

Y también:

- Reconocer los medios empleados en las comunicaciones orales.
- Apreciar la importancia del teléfono como herramienta de comunicación empresarial.
- Describir los pasos a seguir en la atención del teléfono.
- Apreciar la importancia de la cordialidad y la corrección en la atención telefónica.
- Utilizar normas básicas de protocolo en la atención telefónica.
- Reconocer una actuación inadecuada en una comunicación telefónica.
- Identificar las objeciones y quejas.
- Conocer el fundamento y ventajas de la videoconferencia por Internet.

Unidad 4. Comunicaciones escritas

1. Comunicación escrita

1.1. Elementos de un proceso de comunicación escrita

1.2. Características de la comunicación escrita

1.3. Etapas de la redacción de un mensaje

2. Normas de redacción de documentos

2.1. Presentación

2.2. El protocolo en función del destinatario

2.3. Ortografía, sintaxis y gramática

2.4. Puntuación

3.1. Aviso

3.2. Memorándum

3.3. Convocatoria

3.4. Informe

3.5. Acta

4. Documentos de comunicación externa

4.1. La carta

4.3. El saluda

4.4. El certificado

4.5. El oficio

4.6. La instancia

5. Soportes para elaborar y transmitir documentos

5.1. El soporte papel

5.2. Soportes digitales

6. Canales de transmisión escrita de información

6.1. Correo convencional

6.2. Fax

6.3. SMS

6.4. Correo electrónico

7. Herramientas de búsqueda de información

7.1. Las bases de datos

7.2. Búsqueda de información en boletines oficiales

7.3. Herramientas de búsqueda en Internet

8. Aplicaciones informáticas de procesamiento de textos

8.1. Tipos de procesadores de texto

8.2. Interfaz de Microsoft Word

➤ CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

- Se ha clasificado las tipologías más habituales de documentos dentro de la empresa según su finalidad.
- Se ha redactado el documento apropiado, cumpliendo las normas ortográficas y sintácticas en función de su finalidad y de la situación de partida.
- Se han identificado los soportes para elaborar y transmitir los documentos: tipo de papel, sobres y otros.
- Se han diferenciado en función de los criterios de rapidez, seguridad y confidencialidad.
- Se han identificado los canales de transmisión: correo convencional, correo electrónico, fax, mensajes cortos o similares.
- Se ha identificado al destinatario observando las debidas normas de protocolo.
- Se han identificado las herramientas de búsqueda de información para elaborar la documentación.

Y también:

- Describir las características de los mensajes escritos.
- Clasificar las comunicaciones escritas en el ámbito empresarial.
- Reconocer la importancia de usar correctamente todos los elementos de la escritura.
- Manejar las reglas básicas de la ortografía.
- Detectar ciertos errores ortográficos en un escrito.
- Manejar las abreviaturas y siglas de uso más habitual.
- Conocer los principales objetivos de la carta comercial.
- Conocer y realizar diversos documentos de comunicación externa e interna de las empresas.
- Conocer y usar los soportes digitales.
- Conocer y usar el soporte papel.
- Conocer y usar herramientas de búsqueda de la información: las bases de datos y los boletines digitales.
- Conocer y usar las herramientas de búsqueda e internet.
- Conocer y usar aplicaciones informáticas de procesamiento de texto: Word.

Unidad 5. Tratamiento de la correspondencia y la paquetería.**1. Circulación de la correspondencia**

1.1. Tipos de mensajería

1.2. Tratamiento de la correspondencia de entrada

1.3. Tratamiento de la correspondencia de salida

2. Correspondencia de entrada

2.1. Recogida

2.2. Registro

2.3. Clasificación

2.4. Distribución

3. Correspondencia de salida

4. Procedimientos con la Administración pública

4.1. Procedimiento en registros públicos

5. Servicios de Correos

5.1. Medios de envío

5.2. Servicios adicionales

5.3. Tarifas adicionales

6. Compañías de mensajería

6.1. Tipos de servicios

7. Medios telemáticos: funciones y procedimientos

7.1. Servicios de envío online

7.2. Administración electrónica

8. Normas de seguridad y confidencialidad.

➤ CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

- Identificar los canales de transmisión de la información: correo convencional, correo electrónico, fax, mensajes cortos o similares.
- Realizar la distribución interna de la documentación que se recibe del exterior.
- Organizar y realizar las tareas que comporta el franqueo y la expedición del correo.
- Conocer los procedimientos de seguridad y confidencialidad establecidos por la legislación para el tratamiento y manejo de datos de carácter personal.
- Conocer las implicaciones que la ley sobre tratamiento de datos personales tiene en las comunicaciones empresariales.
- Conocer el funcionamiento de las agencias o compañías de mensajería y paquetería.
- Distinguir entre las tareas que comporta la correspondencia recibida y la que se envía.
- Describir la trayectoria de un documento desde su elaboración hasta la expedición de este.
- Saber diferenciar entre los registros de documentos que se utilizan habitualmente.
- Describir la trayectoria de un documento desde su entrada hasta la entrega a su destinatario final.
- Conocer los sistemas de ordenación y clasificación de uso más generalizado.

Unidad 6. Archivo y clasificación de documentos

1. Archivo en la empresa

- 1.1. Funciones del archivo
- 1.2. Objetivos del archivo
- 1.3. Funcionamiento general del archivo

2. Tipos de archivos empresariales

- 2.1. Tipos de archivos según la frecuencia de uso de la documentación
- 2.2. Tipos de archivos según su localización física

3. Sistemas de clasificación de documentos

4. Archivo de documentos en papel

- 4.1. Entrada de la documentación en el archivo
- 4.2. Conservación y utilización de la documentación
- 4.3. Purga y destrucción de documentos

5. Archivo informático de datos

- 5.1. Archivo informático de documentos
- 5.2. Sistemas de gestión de bases de datos

6. Soportes y materiales de archivo

- 6.1. Materiales para el archivo de la documentación en papel
- 6.2. Sistemas de almacenamiento en soporte informático
- 6.3. Sistema de almacenamiento en la nube

7. Protección de la información: la LOPD

- 7.1. Medidas para la protección de la información
- 7.2. Medidas de seguridad para la información confidencial
- 7.3. Ley de Protección de Datos (LOPDGDD)

➤ CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

- Se ha descrito la finalidad de organizar la información y los objetivos que se persiguen.
- Se han diferenciado las técnicas de organización de información en una empresa o institución, así como los procedimientos habituales de registro, clasificación y distribución de la información.
- Se han aplicado técnicas de archivo en los intercambios de información. telemática.
- Se han identificado los distintos soportes de archivo y registro, así como las prestaciones de las aplicaciones informáticas más utilizadas.
- Se han identificado las principales bases de datos de las organizaciones.

- Se han reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación, detectando los errores que puedan producirse.
- Se han aplicado las técnicas 3R en la elaboración y archivo de la documentación.
- Se han aplicado los niveles de protección, seguridad y acceso a la información, así como la normativa vigente en documentos físicos e informáticos.

Y también:

- Apreciar la importancia del archivo para la actividad empresarial.
- Distinguir entre las diferentes modalidades de organización del archivo.
- Describir las ventajas e inconvenientes de cada sistema de archivo.
- Determinar en qué casos hay que proceder a la destrucción de documentos.
- Apreciar la incidencia de la LOPD en el manejo, mantenimiento y eliminación de los datos de carácter personal.
- Manejar el lenguaje de uso corriente en la gestión de archivos informáticos.
- Describir los fundamentos de las bases de datos.
- Determinar las ventajas y desventajas de la gestión informatizada de los datos.
- Reconocer las carpetas de uso más corriente en la gestión de archivos asociados al correo electrónico.
- Describir las medidas de seguridad a adoptar para evitar la pérdida de datos informáticos.

Unidad 7. Detección de las necesidades del cliente y de su satisfacción

1. El cliente y su importancia para la empresa

2. Motivaciones y necesidades del cliente

2.1. Necesidades del cliente y su satisfacción

2.2. Factores que influyen en el comportamiento del cliente

3. Proceso de decisión de compra del cliente

4. Elementos de la atención al cliente

4.1. Entorno

4.2. Organización

4.3. Empleados

5. Departamento de atención al cliente

5.1. Objetivos y funciones del departamento de atención al cliente

5.2. Organización de la atención al cliente

5.3. Calidad en la atención al cliente

6. Comunicación y asesoramiento en la atención al cliente

6.1. Fases de la atención al cliente

6.2. Atención al cliente en situaciones de emergencia

7. Satisfacción y calidad

7.1. Satisfacción

7.2. Calidad

8. Evaluación del servicio y fidelización del cliente

8.1. Evaluación y control del servicio. Tratamiento de errores y anomalías

8.2. Contacto con el cliente externo y fidelización

➤ CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

- Se ha descrito la figura del cliente y su importancia para la empresa.
- Se han diferenciado los distintos tipos de cliente de una empresa.
- Se ha identificado el comportamiento del cliente.
- Se han analizado las motivaciones de compra o demanda de servicios.
- Se han descrito las fases del procedimiento de relación con los clientes.
- Se ha observado la debida forma y actitud al atender a un cliente.
- Se han identificado los errores más habituales en la comunicación con un cliente.
- Se han descrito las funciones del departamento de atención al cliente en una empresa.
- Se han definido las variables del servicio postventa y su relación con la fidelización.
- Se han detectado errores producidos en la prestación de un servicio.
- Se han tratado las anomalías producidas en la prestación de un servicio.

Unidad 8. Atención de quejas y reclamaciones

1. Valoración de la atención recibida

1.1. Opinión del cliente

1.2. Medios para canalizar la opinión del cliente

2. Consumidor y su protección

2.1. Definición de consumidor

2.2. Derechos y obligaciones de los consumidores

2.3. Asociaciones de consumidores y usuarios

3. Consumidor y Administración

3.1. Normativas e instituciones en defensa del consumidor

4. Reclamaciones

4.1. Hoja de reclamaciones

4.2. Procedimiento para presentar una reclamación

5. Gestión empresarial de las reclamaciones

5.1. Principios básicos en la gestión de reclamaciones

5.2. Tratamiento de una reclamación

6. Resolución de una reclamación ante la Administración

6.1. Presentación de una reclamación ante la Administración

6.2. Tramitación de una reclamación por parte de la Administración

6.3. Actuación de la Administración ante una denuncia.

➤ CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

- Se ha valorado la importancia del servicio postventa en los procesos comerciales.
- Se han diferenciado los tipos de demanda o reclamación.
- Se han identificado los elementos de una queja o reclamación.
- Se ha aplicado el tratamiento adecuado en la gestión de anomalías.
- Se ha reconocido el proceso a seguir en la resolución de reclamaciones.
- Se ha valorado la protección del consumidor.
- Se ha identificado la normativa en materia de consumo.
- Se ha utilizado el documento adecuado para gestionar una queja o reclamación.

Y también:

- Reconocer la relación entre la satisfacción del cliente y atención que ha recibido.
- Valorar ciertas manifestaciones del cliente como: quejas, reclamaciones, sugerencias o felicitaciones.
- Conocer el concepto de consumidor y sus derechos básicos.
- Reconocer las diversas instituciones de consumo, nacionales y europeas; así como la normativa en materia de consumo.
- Reconocer el procedimiento que se sigue en la recogida y tramitación de las reclamaciones y denuncias de los consumidores y usuarios a través de las Administraciones de Consumo.
- Describir cuál es el objetivo, contenido y tramitación de las hojas de reclamaciones.
- Apreciar las diferencias entre la tramitación de reclamaciones y denuncias por el sistema judicial y por el extrajudicial, sus ventajas e inconvenientes.

Unidad 9. Potenciación de la imagen empresarial

1. Función comercial de la empresa

1.1. Mercado

1.2. Función comercial

2. Marketing: concepto y niveles de desarrollo

2.1. Concepto

2.2. Niveles de desarrollo del marketing

3. Implantación del plan de marketing

3.1. Oferta comercial

3.2. Nuevos enfoques en el acercamiento al cliente

4. Producto y sus estrategias

4.1. Definición del producto

4.2. Dimensiones del producto

4.3. Estrategias de producto: la marca

4.4. Estrategias de marca

5. Precio y sus estrategias

5.1. Importancia del precio en la oferta comercial

5.2. Otros factores que influyen en el precio

5.3. Estrategias de fijación de precios

6. Acercamiento físico al cliente: la distribución

6.1. Canal de distribución

6.2. Estrategias de distribución

6.3. Nuevas formas de distribución comercial

7. Estrategias de comunicación con el cliente

7.1. Herramientas de comunicación

8. Imagen y cultura de empresa

8.1. Importancia de la imagen en la empresa

8.2. Imagen corporativa y cultura empresarial

➤ **CRITERIOS DE EVALUACIÓN:**

- Se ha identificado el concepto de marketing.
- Se han reconocido las funciones y objetivos principales del marketing.
- Se ha valorado la importancia del departamento de marketing.
- Se han diferenciado los elementos y herramientas básicas del marketing mix.
- Se ha valorado la imagen corporativa como medio de conseguir los objetivos empresariales.
- Se ha valorado la importancia de las Relaciones Públicas y de la atención al cliente.

Y también:

- Manejar términos específicos relacionados con el marketing.
- Apreciar la importancia de las decisiones sobre: producto, precio, formas de distribución y políticas de comunicación como instrumentos del marketing mix.
- Reconocer la publicidad como forma de comunicación empresarial.
- Apreciar la importancia de la promoción y las relaciones públicas de empresa como instrumentos comerciales.
- Describir en qué consiste la responsabilidad social corporativa.
- Apreciar la importancia y necesidad de la responsabilidad social corporativa.

6. ORIENTACIONES PEDAGÓGICAS

El presente módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar las funciones relacionadas con la comunicación en la empresa, tales como:

- Recepción de visitas y atención telefónica.
- Recepción, tramitación y gestión de documentación.
- Atención al cliente/usuario.
- Elaboración, registro y archivo de documentación.
- La aplicación de técnicas de comunicación adecuadas a la situación de atención/asesoramiento al cliente.
- La realización de las gestiones pertinentes con los departamentos afectados para consultas, reclamaciones y atención postventa.
- La tramitación de las reclamaciones y denuncias.
- La aplicación de los estándares de la calidad en la prestación del servicio.
- La aplicación de las técnicas de marketing como medio de potenciación de la imagen de la empresa.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican:

- En todos los ámbitos de la empresa, tanto interno como externo y en todo tipo de empresas, independientemente del sector al que pertenezcan.
- Especialmente, en el apoyo administrativo a las tareas que desarrollan los departamentos de Atención al cliente y Marketing en las empresas de los diferentes sectores económicos.

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

- La aplicación de técnicas de comunicación adecuadas a cada situación concreta.
- La aplicación del protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales, relacionándolos con la imagen de la empresa y la importancia de ésta.

- La utilización de equipos de telefonía e informáticos, aplicando las normas básicas de uso.
- La elaboración de cartas comerciales y otros documentos administrativos mediante soporte mecánico e informático.
- El registro de la documentación, tanto la recibida como la emitida, reflejado en soporte papel e informático
- El archivo de la documentación aplicando soporte papel e informático.
- El apoyo administrativo a los departamentos de Atención al Cliente y Marketing.
- La atención y tramitación de consultas y reclamaciones.
- El seguimiento de clientes y control del servicio postventa.

7. METODOLOGÍA

En la Formación Profesional, se debe favorecer al alumno/a la capacidad para aprender por sí mismo y para trabajar en equipo. Esta formación ha de ser, pues, activa, contribuyendo el profesor a que el alumno/a logre de manera efectiva los conocimientos y aptitudes que se requieren de este tipo de formación profesional: saber, saber hacer, saber estar, y sobre todo, saber ser tanto en el ámbito de la ciudadanía, como en lo profesional.

Del mismo modo, como no puede ser de otra manera, habrá de estar atentos y observantes a las competencias y contenidos de carácter transversal, entre ellos, el desarrollo de una conducta moral y cívica, el respeto a los valores y a los demás, respetando la pluralidad e interculturalidad de nuestros días, y además sin descuido del conocimiento del mundo de las tecnologías de la comunicación y la información.

La metodología integrará los aspectos y conocimientos necesarios, para que el alumnado adquiera una visión global y propia de la profesión sobre la que cursa estudios.

Para ello, la metodología que se llevará a cabo en este módulo es la siguiente:

- **Evaluación inicial**, de conceptos básicos a tratar en la asignatura, así como pequeñas cuestiones relacionadas con la ortografía o la informática, dada la importancia de ambas en el módulo.
- **Presentación del módulo de Comunicación empresarial y atención al cliente**, explicando sus características, los contenidos, los resultados de aprendizaje que deben adquirir los alumnos/as y la metodología y criterios de evaluación que se van a aplicar.
- **Al inicio de cada Unidad Didáctica se hará una introducción a la**

misma, que muestre los conocimientos y aptitudes previos del alumno/a y del grupo, comentando entre todos/as los resultados, para detectar las ideas preconcebidas y de despertar un interés hacia el tema.

- Posteriormente **se pasará a explicar los contenidos conceptuales** intercalando actividades de apoyo como pueden ser comentarios de textos o resoluciones de casos prácticos.
- **Al finalizar cada unidad didáctica**, (o durante la misma), se proponen a los alumnos la resolución de actividades que faciliten la mejor comprensión del tema. También se propondrá la resolución de problemas o supuestos prácticos: entrevistas, reuniones, llamadas telefónicas, elaboración de correspondencia, informes, etc.; la realización puede ser individual o en Grupo: grupo clase, grupos fijos, o variables. También buscaremos en Internet información necesaria para la comprensión y el entendimiento de la materia. Tratando de fomentar el trabajo en equipo y la convivencia adecuada.
- Por último, **se realizarán las pruebas objetivas necesarias** para comprobar el nivel de competencias asumidas por el alumno del módulo profesional que está cursando, en las diferentes unidades de trabajo.
- **También**, se realizarán **trabajos y actividades** en clase que ayuden en el proceso formativo, y **ayuden a los estudiantes** en la adquisición de los contenidos del módulo.
- **El uso de internet en el desarrollo y estudio del módulo, bien en clase, o en tareas realizadas fuera de las clases.**

Al estar este módulo muy vinculado al mundo laboral, se intentará que el alumnado visite centros y lugares de trabajo como actividades complementarias y extraescolares, tratando de que pongan en práctica lo aprendido.

8. LA EVALUACIÓN, INSTRUMENTOS Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN, IMPOSIBILIDAD DE APLICACIÓN DE LA EVALUACIÓN CONTINUA, Y RECLAMACIONES.

Actualmente, hay que señalar un referente normativo marcado por la legislación actual, que se añade a lo conocido respecto de la evaluación. Se contempla en el artículo 23 **del Real Decreto 984/2021 de 16 de noviembre por el que se regulan la evaluación y la promoción en la Educación Primaria, así como la evaluación, la promoción y la titulación en la Educación Secundaria Obligatoria, el Bachillerato y la Formación Profesional.**

Artículo 23. Evaluación y titulación.

1. La evaluación del aprendizaje del alumnado en los ciclos formativos se

realizará por módulos profesionales, teniendo siempre en cuenta la globalidad del ciclo. 2. La superación de un ciclo formativo de grado medio, grado superior o curso de especialización requerirá la evaluación positiva en todos los módulos profesionales que lo componen. En los casos de organizaciones curriculares diferentes a los módulos profesionales, el equipo docente evaluará teniendo como referentes todos los resultados de aprendizaje y las competencias profesionales, personales y sociales que en ellos se incluyen.

Una vez señalado lo anterior, para evaluar en el ciclo se realizará a través de módulos, y para comprobar el nivel de conocimientos, habilidades e interés alcanzado durante todo el periodo de aprendizaje, se llevará a cabo un sistema de evaluación que permita valorar el dominio de estos al inicio, durante y al final del proceso instructivo.

La evaluación tendrá un carácter formativo, y continuo. Formativo para ir viendo y conociendo el efecto del proceso educativo en el desarrollo de la materia de los módulos, y continuo, debido a que es un proceso que comienza desde el primer día de clase, y finaliza con la última clase y la valoración trimestral, y la final de curso.

La evaluación continua se realizará tomando como base la igualdad y la objetividad en la misma. Y a través de su desarrollo, se podrán ir viendo las posibles mejoras del proceso de evaluación, y el de la educación, ya que servirá para evaluar al alumnado, y también al propio proceso de evaluación, siendo de esta manera posible detectar focos de posibles mejoras al realizar esta evaluación continua tanto del alumnado, como del proceso formativo.

También estará presente el carácter sumativo o final de la evaluación que dará un resultado cuantificable del trabajo del alumnado trimestralmente primero, y al final del curso posteriormente.

Dentro del proceso de evaluación se desarrollará la:

- Evaluación inicial.
- Evaluación formativa y continua
- Sumativa o final

Los instrumentos que se emplearán para la evaluación son la observación sistemática del comportamiento discente (métodos y técnicas de estudio, actitudes, intereses, capacidades, trabajo desarrollado en las clases y fuera de ellas...etc.), la realización de todo tipo de pruebas, sin olvidar el análisis permanente de los trabajos escolares realizados por los alumnos como fruto de sus actividades ordinarias.

Para la evaluación del alumno, el profesor podrá emplear todo tipo de instrumentos que posibiliten el fin propuesto, adecuando su número, forma y momento al desarrollo del curso.

Se realizarán **trimestralmente** sesiones de evaluación, de los contenidos del

módulo.

INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

Se dividen en tres apartados descritos a continuación.

Sin perjuicio de lo anterior, los **medios de evaluación** en general serán los siguientes:

1. **Pruebas objetivas**: se realizarán una o varias pruebas de evaluación escritas/orales por trimestre, que podrán incluir, preguntas tipo test, de desarrollo corto o largo, y/o casos prácticos (habilidades). **Para superar el examen será necesario sacar un 5**

En estas pruebas el alumnado deberá demostrar que conoce los contenidos mínimos exigidos de la materia.

A este apartado se le dará una ponderación del 80% de la nota, obtenida a través de las pruebas objetivas.

Se realizarán al menos dos pruebas objetivas por trimestre. Tanto si son dos o más pruebas, se realizará la media aritmética de las pruebas y el resultado es el que será ponderado al 80%.

2. **Valoración del trabajo del alumno:**

- Trabajos realizados en clase y fuera de ella. Actividades obligatorias para superar el curso.
- Debates en el aula,
- Exposiciones
- Juegos
- Registro de los trabajos
- Participación en clases
- Realización de un portafolio digital con las actividades que le sean indicadas.

A este apartado se le dará una ponderación del 10 % de la nota.

3. **Interés por la materia y motivación por el aprendizaje y el trabajo realizado** a través del desarrollo de tareas y actividades propias del módulo, y la asistencia entendida como ya se dijo de manera importante, debido al carácter continuo de la evaluación, por ello, la falta de puntualidad, y de asistencia, no permite su adecuada valoración continuada. Debe haber respeto por los compañeros, profesor y por el material de la clase. También será importante en este apartado la revisión de apuntes y actividades hechas en clase, así como cuaderno de apuntes, o un portafolio digital en la que haya ejercicios o actividades realizadas en clase y contengan el material solicitado para ese portafolio digital.

A este apartado se le dará una ponderación del 10 % de la nota.

CALIFICACIONES

En general, y con carácter orientativo, las calificaciones se formarán

teniendo en cuenta los siguientes porcentajes de los apartados del punto anterior, sumando la nota obtenida en cada apartado, con un total máximo de 10:

1) 80%

2) 10%

3) 10%

Se aplicará el Plan de “Mejora de la competencia lingüística en todas las áreas”, tomando como referencia las siguientes: -0.1 por falta de acentuación y -0.25 por falta de letra, hasta restar un máximo de 1.25 puntos entre los dos criterios. La ausencia de márgenes, mala caligrafía o tachaduras restará hasta 0.5 puntos. Ese mismo plan se aplicará a la expresión oral, con sus correspondientes criterios, la comprensión textual y expresión escrita, así como los guiones para la realización de trabajos.

El porcentaje de las pruebas objetivas se aplicará sobre la media aritmética de las notas de todas las pruebas que se realicen.

La nota final del curso se formará a partir de la media aritmética de las notas obtenidas en las distintas evaluaciones anteriores, sin redondear, procediéndose posteriormente para el redondeo de esta nota final, de la misma manera que en las evaluaciones anteriores. Para el redondeo se usarán dos decimales, y si el primer decimal fuera un 5, se redondeará al número entero superior siguiente. Si no lo es, o es menor, la nota queda en el número entero que no ha podido ser redondeado hacia arriba.

Copiar en un examen implica tener un **cero en dicha prueba** objetiva. Además se aplicará el Reglamento de Régimen Interno, en lo referente a este asunto.

Se realizarán tres evaluaciones trimestrales. Se realizarán pruebas de recuperación al final del trimestre no superado o al principio del siguiente.

La calificación final del módulo en junio se obtendrá con la media de las tres evaluaciones. Se usarán dos decimales y se les aplicará lo referente al redondeo decimal, ya explicado. Para superar el módulo, la nota resultante debe ser igual o mayor que un cinco.

Si en la convocatoria ordinaria de junio el módulo no ha sido superado los/as alumnos/as realizarán en el mismo mes de junio una prueba extraordinaria sobre toda la materia del módulo.

Todos los/as alumnos/as que no consigan alcanzar los objetivos del módulo deben de realizar las actividades que marque el profesor para recuperar la materia no superada. El profesor guiará a los/as alumnos/as en la realización de las actividades y comprobará que han sido realizadas correctamente. Posteriormente se realizarán controles de dichas materias, para verificar si los/as alumnos/as han alcanzado los objetivos de dichos módulos.

IMPOSIBILIDAD DE APLICACIÓN DE LA EVALUACIÓN CONTINUA

La falta de asistencia continuada por parte de un/a alumno/a al módulo supondrá

la imposibilidad de la aplicación del derecho a la evaluación continua.

Esta pérdida significará que el/la alumno/a se examine en junio de toda la materia que haya sido impartida en el módulo durante el curso.

Una vez que se produzca la imposibilidad de la aplicación del derecho a la evaluación continua, el alumnado puede asistir a clase, pero ello no implica la recuperación de este derecho.

La pérdida de la evaluación continua se producirá conforme está establecido en el Reglamento de Régimen Interno.

La acumulación de retrasos reiterados, se transformarán en faltas (3 retrasos 1 falta), intentando evitar que los alumnos lleguen tarde a clase sin causa justificada.

Las situaciones extraordinarias de enfermedad o accidente propios o de familiares, asistencia y cuidados de éstos, relación laboral con contrato, o cualesquiera otras de suficiente entidad que impidan la asistencia con regularidad a las clases, serán estudiadas por el equipo educativo del curso, quien determinará las reglas de actuación, siempre con el más estricto respeto de la legalidad vigente.

RECUPERACIONES

Tendrán como finalidad corregir los fallos de asimilación de la materia por parte del alumno, analizando los defectos metodológicos y de aprendizaje ocurridos, dando un tratamiento en lo posible individual.

También se dispondrán de los medios necesarios para la no repetición del fracaso académico, fomentando métodos y hábitos de estudio, la autocrítica, la seguridad y autoestima del alumno. En todo caso, se buscará la participación colaboradora del interesado, así como del resto de la comunidad académica.

Tanto la metodología como los condicionantes a aplicar en la evaluación del proceso recuperador serán los mismos que se enunciaron para la evaluación ordinaria. No obstante, podrá darse una mayor importancia a la ejecución de pruebas objetivas o a la realización de actividades y trabajos específicos.

El alumno que tenga que recuperar sólo una o dos evaluaciones en junio, únicamente irá con dicha evaluación a la recuperación. Si, por el contrario, no ha superado 3 evaluaciones, deberá recuperar toda la materia.

El alumno que tenga que recuperar el módulo en la convocatoria extraordinaria de junio, tendrá que recuperar toda la materia.

9. CONTENIDOS MÍNIMOS EXIGIBLES

El Real Decreto 1631/2009, de 30 de octubre, establece el título de Técnico en Gestión Administrativa y se fijan sus enseñanzas mínimas, que son los **contenidos** recogidos en esta programación.

10. MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS

- **Libro de texto de referencia seguido en la clase: *Comunicación Empresarial y atención al cliente*. Autores: Francisco Javier Ariza Ramírez y Juan Manuel Ariza Ramírez. I.S.B.N 978-84-486-2406-4**
- Ordenador (Office), (Libreoffice), (Openoffice)
- Fichas de trabajo elaboradas por la profesora.
- Recortes de prensa, diaria, semanal, local, nacional, etc.
- Presentaciones.
- Vídeos.
- Internet.
- Elaboración de un portafolio digital que recopile todas las actividades, tareas, supuestos prácticos, casos de estudio, búsqueda de información, trabajos realizados, en una memoria USB con copia de respaldo en la nube.

11. MATERIAS TRANSVERSALES

Los temas transversales están integrados en la materia como si de unos contenidos más se tratara. Son los siguientes:

- **Educación moral y cívica**, en cuanto a los valores empresariales.
- **Educación para la salud**, en cuanto a las medidas de seguridad e higiene en el ámbito del trabajo.
- **Igualdad de oportunidades (igualdad de género)**, en cuanto al acceso a la empresa, la realización de funciones y las relaciones laborales en general.
- **Educación para la paz**, en cuanto a las relaciones laborales dentro de la empresa.

El interés, el hábito por la lectura y las capacidades para expresarse correctamente estarán presentes en todas las unidades de este módulo.

12. MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD.

La atención a la diversidad es la respuesta adecuada a las distintas necesidades, intereses y capacidades del alumnado a través de distintos cauces, como pueden ser pequeñas adaptaciones curriculares, programas específicos para los alumnos con necesidades educativas especiales, optatividad y opcionalidad de modalidades y materias.

La metodología constructiva permite un trabajo en el aula atendiendo a diversidad de intereses, motivaciones y capacidades de los alumnos:

a. Como la cultura emprendedora posee conocimientos muy amplios se les puede dar mayor importancia a aquellos que resulten más interesantes para los

alumnos.

b. Los contenidos de procedimiento permiten adaptar el ritmo de aprendizaje a las capacidades y labor de los alumnos. Se dará importancia al trabajo en equipo donde se agrupen alumnos con distintos caracteres.

c. Las actividades propuestas tendrán distinto grado de nivel y dificultad. En el supuesto de tener alumnos con necesidades educativas especiales se deberá adaptar la metodología, los contenidos y las actividades a las capacidades y limitaciones de los citados alumnos.

d. En cualquier caso, se pedirá consejo, ayuda y orientación al Departamento de Orientación del centro educativo.

13. PROGRAMA DE ACTIVIDADES EXTRAESCOLARES Y COMPLEMENTARIAS.

Se buscará la posibilidad de una visita/charla de un emprendedor/a. Además, se intentará en la medida de lo posible que los alumnos de esta materia puedan acudir a las actividades programadas para el departamento de administración. Se actuará en consonancia y acuerdo a lo que determine el departamento en este apartado.

14. PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA Y SUS INDICADORES DE LOGRO.

Para evaluar las programaciones didácticas se incluirán, entre otros, los indicadores de logro referidos a:

- a. Resultados de la evaluación del curso en cada una de las materias.
- b. Adecuación de los materiales y recursos didácticos, y la distribución de espacios y tiempos a los métodos didácticos y pedagógicos utilizados.
- c. Contribución de los métodos didácticos y pedagógicos a la mejora del clima de aula y de centro.

15. PLAZO PARA LA PRESENTACIÓN DE RECLAMACIONES A LAS CALIFICACIONES.

Plazo que seguir para la presentación de reclamaciones:

1. Los alumnos y las alumnas, o sus padres o tutores legales en el caso de ser menores de edad, podrán solicitar, de profesores y tutores, cuantas aclaraciones consideren precisas acerca de las valoraciones que se realicen sobre el proceso de aprendizaje del alumnado, así como sobre las calificaciones o decisiones que se adopten como resultado de dicho proceso.

En el supuesto de que tras las oportunas aclaraciones exista desacuerdo se podrán formular las correspondientes reclamaciones a las decisiones y

calificaciones que se obtengan en la correspondiente evaluación.

2. El procedimiento y los plazos para la presentación y tramitación de las reclamaciones a las decisiones y calificaciones obtenidas en las evaluaciones trimestrales, salvo en las evaluaciones del segundo trimestre del segundo curso, se establecerán por los correspondientes departamentos.

3. El procedimiento y los plazos para la presentación y la tramitación de las reclamaciones a las decisiones y calificaciones obtenidas en las evaluaciones del segundo trimestre del segundo curso, evaluaciones finales del curso escolar o en las excepcionales, serán los siguientes:

a) Las reclamaciones se deberán basar en alguno de los siguientes motivos:

1. Inadecuación de la prueba propuesta a los resultados de aprendizaje, a los contenidos del módulo profesional sometido a evaluación o al nivel previsto por la programación.

2.º No haberse tenido en cuenta en la evaluación los resultados de aprendizaje, los contenidos o los criterios de evaluación recogidos en la programación didáctica.

3.º Inadecuación de los procedimientos y los instrumentos de evaluación aplicados, conforme a lo señalado en la programación didáctica.

4.º Incorrección en la aplicación de los criterios de evaluación establecidos en la programación didáctica para la superación de los módulos profesionales.

b) La reclamación se presentará por escrito ante la dirección del centro, en el plazo máximo de dos días hábiles contados a partir del día siguiente a la comunicación de la calificación final o decisión adoptada, en el que se recogerán las alegaciones que justifiquen la disconformidad.

c) El director o la directora del centro trasladará la reclamación al departamento correspondiente para que, oído el tutor y el equipo educativo del alumno, emita el oportuno informe en el que constará la descripción de los hechos y actuaciones previas que hayan tenido lugar, el análisis del motivo alegado de entre los indicados en el párrafo a) y la decisión de ratificación o rectificación de la decisión o calificación otorgada. Una vez recibido dicho informe, el director o la directora del centro comunicará, por escrito, al alumno o alumna o, en su caso, a sus padres o tutores legales, la decisión adoptada, y entregará una copia del escrito cursado al profesor tutor o profesora tutor.

Todas estas actuaciones estarán terminadas en un plazo máximo de tres días hábiles, incluida la comunicación al alumno o alumna o, en su caso, a sus padres o tutores legales, contados a partir del día siguiente al de la presentación de la reclamación.

d) Si, tras el proceso de reclamación, procediera la modificación de alguna calificación, el secretario o la secretaria del centro público, o el director o la directora del centro privado, insertará en los correspondientes

documentos de evaluación la oportuna diligencia que irá visada por el director o la directora del correspondiente centro público o del centro público al que se encuentre adscrito el centro privado.

e) En el caso de que, tras el proceso de reclamación en el centro, persista el desacuerdo con la calificación o decisión adoptada, el alumno o alumna, o, en su caso, sus padres o tutores legales, podrán solicitar por escrito al director o directora del centro, en el plazo de tres días hábiles siguientes a la comunicación del centro, un proceso de revisión por parte de la dirección provincial de educación, en el que se llevarán a cabo las siguientes actuaciones:

1º El director o la directora del centro, en el plazo de dos días hábiles desde la presentación de la solicitud, remitirá el expediente de la reclamación a la dirección provincial de educación que incluirá la reclamación inicialmente presentada, el informe del departamento, la comunicación de la decisión adoptada, los instrumentos y pruebas de evaluación, así como una copia de la programación didáctica.

2.º En el plazo de quince días hábiles a partir de la recepción del expediente, vista la propuesta incluida en el informe que elabore el Área de Inspección Educativa, el titular de la dirección provincial de educación adoptará la resolución pertinente que será motivada en todo caso, y que se comunicará inmediatamente al alumno o alumna o, en su caso, a sus padres o tutores legales, y al director o directora del centro para su aplicación.

3.º En el caso de que la reclamación sea estimada se adoptarán las mismas medidas indicadas en el párrafo d).

f) La resolución del titular de la dirección provincial de educación será susceptible de recurso de alzada ante el titular de la delegación territorial de la Junta de Castilla y León de la provincia correspondiente.

15. PLAN DE CONTINGENCIA Y DIGITALIZACIÓN.

Ante el supuesto de que se produjera alguna ausencia continuada por parte de algún alumno debido a la situación sanitaria se utilizará la herramienta institucional Teams como canal telemático para realizar las explicaciones pertinentes (videotutoriales, clases en directo, lecturas de textos o vídeos disponibles en internet, según la naturaleza del contenido que se pretenda abordar) y/o solicitar las tareas que correspondan a los alumnos ausentes, con el fin de facilitar a estos alumnos los aprendizajes que se intentan lograr en el aula. En todo caso, el material que se utiliza en la asignatura siempre está disponible en esta aplicación para su consulta y descarga.

El aula virtual será otro elemento de utilidad en estos casos, que complementa a Teams, correo electrónico....

Si durante la cuarentena hubiese alguna prueba objetiva establecida, se esperará a que el alumno/a se incorpore a clase para realizarla de forma

presencial, y se pactará con él/ella la fecha de realización de esta. Si las circunstancias sanitarias obligaran a llevar a cabo una evaluación exclusivamente telemática o una evaluación mixta, se procederá a realizar la adaptación curricular establecida como anexo de esta programación.

Si hubiera situación de confinamiento para el alumnado en época de evaluación, y no durase demasiado, se calificará al alumnado con el material obtenido hasta la fecha, y al regreso se buscará fecha adecuada para la realización de las pruebas objetivas, entrega de trabajos...etc.

A pesar de que en este momento no existen restricciones sanitarias, se mantiene el presente apartado por si las circunstancias se vuelven desfavorables de nuevo en el ámbito sanitario, o si bien pudiera ser útil en circunstancias similares para el desarrollo y apoyo educativo.