

	PROGRAMACIÓN			CURSO	2023-2024	
	Departamento		Administración y Gestión			
	Ciclo		Gestión Administrativa			
	Grupo		1ADG201			
	Módulo		Comunicación Empresarial y Atención al Cliente			
	Fecha:		09/10/2023	Versión:	COMPLETA	
					RESUMIDA	x
CÓDIGO	F-09-02	Versión 0	FECHA REVISIÓN: 01/07/2015		pág.: 1/21	

INDICE

<i>0. INTRODUCCIÓN</i>	2
<i>1. OBJETIVOS DEL MÓDULO PROFESIONAL</i>	2
<i>2. ORGANIZACIÓN, SECUENCIACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN DE LOS CONTENIDOS EN UNIDADES DIDÁCTICAS</i>	2
<i>3. CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN</i>	5
<i>3.1 CRITERIOS DE EVALUACIÓN</i>	
<i>3.2 CRITERIOS DE CALIFICACIÓN</i>	
<i>4. RESULTADOS DE APRENDIZAJE MÍNIMOS EXIGIBLES</i>	7
<i>5. PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN</i>	19
<i>6. MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS</i>	20

0. INTRODUCCIÓN.

Tras dos años aplicando diferentes escenarios según la evolución de la covid 19, volvemos a la metodología anterior a la pandemia, es decir, el escenario 1; total presencialidad e impartición de las clases según horario estipulado por el centro, sin olvidar todos los avances y mejoras en estos años.

1. OBJETIVOS DEL MÓDULO PROFESIONAL

“Los objetivos del módulo son conseguir en el alumnado los siguientes Resultados de aprendizaje:”

1. Selecciona técnicas de comunicación relacionándolas con la estructura e imagen de la empresa y los flujos de información existentes en ella.
2. Transmite información de forma oral, vinculándola a los usos y costumbres socio profesionales habituales en la empresa.
3. Transmite información escrita, aplicando las técnicas de estilo a diferentes tipos de documentos propios de la empresa y de la Administración Pública.
4. Archiva información en soporte papel e informático, reconociendo los criterios de eficacia y ahorro en los trámites administrativos.
5. Reconoce necesidades de posibles clientes aplicando técnicas de comunicación.
6. Atiende consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes aplicando la normativa vigente en materia de consumo.
7. Potencia la imagen de empresa reconociendo y aplicando los elementos y herramientas del marketing.
8. Aplica procedimientos de calidad en la atención al cliente identificando los estándares establecidos.

2. ORGANIZACIÓN, SECUENCIACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN DE LOS CONTENIDOS EN UNIDADES DIDÁCTICAS

2.1. CONTENIDOS

En este apartado incluimos aquellos medios o elementos de referencia que son utilizados para alcanzar los resultados de aprendizaje del módulo. En aplicación de la ORDEN de 26 de julio de 2010, de la Consejería de Educación, Cultura y Deporte, por la que se establece el currículo del título de Técnico en Gestión Administrativa para la Comunidad Autónoma de Aragón, distribuimos los contenidos de las siguiente manera:

Unidad 1 La comunicación

1. ¿Qué es la comunicación?
 - 1.1. Comunicación, información
 - 1.2. Comportamiento
 - 1.3. Barreras en la comunicación
 - 1.4. Formas de comunicación
2. Elementos que intervienen en la comunicación
3. Barreras en la comunicación
4. Habilidades en la comunicación
 - 4.1. Escucha activa
 - 4.2. Empatía
 - 4.3. Asertividad
5. Las relaciones humanas y laborales en la empresa

Unidad 2 La comunicación oral presencial en la empresa

1. ¿Qué es la comunicación oral presencial?
 - 1.1. Elementos que la componen
 - 1.2. Principios básicos
 - 1.3. Características de la comunicación oral presencial
2. Técnicas de comunicación oral
3. Clases de comunicación oral
4. Comunicaciones en el ámbito empresarial
 - 4.1. Protocolo
 - 4.2. Imagen personal
 - 4.3. Comunicaciones en la recepción de visitas

Unidad 3 La comunicación oral no presencial en la empresa

1. ¿Qué es la comunicación oral no presencial?
 - 1.1. Características de la comunicación oral no presencial
 - 1.2. Barreras en la comunicación oral no presencial
2. Comunicación telefónica
 - 2.1. Elementos de la comunicación telefónica
 - 2.2. Estructura general de una conversación telefónica
 - 2.3. La cortesía en las comunicaciones telefónicas
 - 2.4. Tratamiento de diversas categorías de llamadas
 - 2.5. El teléfono y las centralitas
3. La informática en las comunicaciones verbales

Unidad 4 La comunicación escrita en la empresa

1. La comunicación escrita
2. Normas de escritura
 - 2.1. Normas gramaticales
 - 2.2. Normas ortográficas
 - 2.3. Abreviaturas y siglas
3. Correo electrónico

Unidad 5 Documentos escritos en la comunicación empresarial

1. Estructura de la carta
2. Documentos de uso en la empresa
 - 2.1. Documentos para la comunicación interna empresarial
 - 2.2. Documentos de la comunicación externa empresarial
3. Documentos de uso en las Administraciones públicas

Unidad 6 Correspondencia y archivo

1. La correspondencia
 - 1.1. Medios usados en la correspondencia
 - 1.2. Tratamiento de la gestión y registro de la correspondencia
 - 1.3. Servicios de mensajería
2. Archivo en soporte papel
 - 2.1. Archivo. Concepto y tipos.
 - 2.2. Sistemas de clasificación
 - 2.3. Archivo de la información en soporte informático
3. Seguridad y confidencialidad en la información

Unidad 7 El marketing en la actividad comercial y políticas de comunicación

1. Marketing empresarial
2. Políticas de comunicación
 - 2.1. La publicidad
 - 2.2. Las relaciones públicas
 - 2.3. La responsabilidad social corporativa
3. Redes sociales
 - 3.1. El servicio al cliente
 - 3.2. La atención al cliente
 - 3.3. Fidelización del cliente

Unidad 8 Tipología de clientes y sus necesidades

1. El cliente
2. Elementos y fases en la atención al cliente
 - 2.1. Elementos de la atención al cliente
 - 2.2 Fases de la atención al cliente
3. Percepción y satisfacción del cliente sobre la atención recibida

Unidad 9 La calidad en el servicio de atención al cliente

1. El servicio de atención al cliente
2. Control del servicio posventa
3. Fidelización del cliente

Unidad 10. Atención de consultas, quejas y reclamaciones

1. El departamento de atención al cliente
2. Normativa e instituciones en materia de consumo
 - 2.1. Normativa en materia de consumo
 - 2.2 Instituciones en materia de consumo
3. Valoración del cliente de la atención recibida
 - 3.1 El tratamiento de las sugerencias, quejas y reclamaciones
 - 3.2 ¿Cómo se realiza una reclamación?
 - 3.3 Intermediación, arbitraje y vía judicial

3_ CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN.

3.1. LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

Son los establecidos en la ORDEN de 26 de julio de 2010 de la Consejería de Educación, Cultura y Deporte, por la que se establece el currículo del título de Técnico de Gestión Administrativa para la Comunidad Autónoma de Aragón de desarrollo del currículo del ciclo formativo en relación a este Módulo y que se indican en el apartado 5 de esta programación.

3.2 CRITERIOS DE CALIFICACIÓN.

A lo largo de todo el curso se llevará control de la **superación** o no de cada uno de los **mínimos**, que pueden haber sido evaluados más de una vez en diferentes momentos del curso y a través de más de un instrumento de evaluación.

Solo se dará por **aprobada cada evaluación y el curso si se han superado todos los mínimos** que han sido evaluados desde principio de curso.

A los alumnos que vayan teniendo mínimos pendientes se les marcarán tareas para poder superarlos

(trabajos, exámenes...)

Al principio de cada instrumento de evaluación habrá una tabla donde se especificará qué *concreciones de los criterios de evaluación* (en adelante Indicadores) se están valorando y qué calificaciones han obtenido en cada uno de ellos.

La ponderación de cada uno de los Indicadores aparece reflejada en la tabla del Apartado 5 (*Resultados de aprendizaje mínimos exigibles*) de esta programación. La suma de los porcentajes deberá ser del 100%.

La superación del 50% de los criterios no implica necesariamente el aprobado, es decir, la suma de la ponderación de los criterios evaluados tendrá que sumar como mínimo un 5, ya que los diferentes criterios poseen diferente peso según su relevancia e importancia.

La calificación del módulo será el resultado de ponderar las diferentes valoraciones de los Indicadores, obtenidas mediante los instrumentos de evaluación, por los porcentajes establecidos.

Para obtener la nota de cada evaluación se sumará la ponderación de los diferentes porcentajes establecidos para cada Indicador que hayan sido evaluados hasta ese momento, teniendo en cuenta que la nota será proporcional al peso total de dichos porcentajes. Si al acabar una evaluación el alumno tiene algún **mínimo pendiente de superar**, la nota será como máximo de **4**.

En la primera evaluación final la nota será el resultado de la suma de todos los porcentajes establecidos en la tabla del Apartado 5, se redondeará a la baja la nota que no supere en 0,5 a cada punto, por encima de 0,51 se redondeará al alza a la nota siguiente. Este criterio se trunca entre el 4 y 5, donde se redondea a la baja de 4 a 4,9.

En la segunda evaluación final (“extraordinaria” de junio) el alumnado solo será evaluado de los Indicadores no superados mediante los instrumentos que el profesor considere necesarios. Para ello, será imprescindible que durante el tercer trimestre asista con regularidad a las clases y realice las funciones de los puestos de trabajo cuyos criterios de evaluación tiene pendientes o por motivos de inasistencia no se han podido calificar.

Insistir en que la asistencia a clase es obligatoria y el alumnado que tenga faltas de asistencia, excluidos los motivos laborales, debidamente justificados, de más de un 15% de las horas efectivas de clase anuales del módulo **perderá el derecho a la evaluación continua**. En este caso, únicamente podrá presentarse a la convocatoria extraordinaria de final de curso en la que se le aplicarán, en relación a todos los contenidos efectivos dados en clase, los mismos instrumentos de evaluación y calificación programados en cada uno de ellos para todo el curso. Para superarla, se tendrá que acreditar la superación de todos los criterios de evaluación.

4 RESULTADOS DE APRENDIZAJE MÍNIMOS EXIGIBLES.

4.1 GENERALES

De acuerdo con lo establecido en el apartado *c) Criterios generales sobre la evaluación de los resultados de aprendizaje* del Proyecto Curricular Ciclos de Gestión Administrativa y Administración y Gestión, de los diferentes Criterios de Evaluación que conforman cada Resultado de Aprendizaje, desarrollo una serie de concreciones llamados Indicadores.

Los indicadores mínimos son aquellos que aparecen en negrita.

RESULTADO DE APRENDIZAJE: 1. Selecciona técnicas de comunicación, relacionándolos con la estructura e imagen de la empresa y los flujos de información existentes en ella.							
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	INDICADOR	%	INSTRUMS. EVALUACIÓN				Unidad
			E	S	O	A	
a) Se ha reconocido la necesidad de comunicación entre las personas	1.a.1. Identificar la necesidad de comunicación de las personas.	1%	X				1
b) Se ha distinguido entre comunicación e información	1.b.1. Distinguir la comunicación de la información.	1%	X				1
c) Se han distinguido los elementos y procesos que intervienen en la comunicación	1.c.1. Distinguir los elementos y procesos que intervienen en la comunicación.	1%	X	X			1
d) Se han reconocido los obstáculos que pueden existir en un proceso de comunicación	1.d.1. Reconocer los obstáculos que pueden existir en un proceso de comunicación.	2%	X	X			1
	1.d.2. Relacionar los diferentes obstáculos y barreras en un proceso de comunicación.	1%	X	X			1
e) Se ha determinado la mejor forma y actitud a la hora de presentar el mensaje	1.e.1. Determinar la mejor forma y actitud a la hora de presentar el mensaje.	2%	X	X			1
f) Se han identificado los conceptos de imagen y cultura de empresa	1.f.1. Identificar los conceptos de imagen y cultura de empresa.	1%	X				1
g) Se han diferenciado los tipos de organizaciones y su organigrama funcional	1.g.1. Diferenciar los tipos de organizaciones y su organigrama funcional.	1%	X				1
h) Se han distinguido las comunicaciones internas y externas y los flujos de información dentro de la empresa	1.h.1 Distinguir las comunicaciones internas y externas y los flujos de información dentro de la empresa.	1%	X	X			1
i) Se ha seleccionado el destinatario y el canal adecuado para cada situación	1.i.1 Seleccionar el destinatario y canal adecuado para cada situación	1%	X				1

E=Pruebas objetivas; S=ejercicios simulación; O=Observación directa, A=Atención/asistencia

RESULTADO DE APRENDIZAJE: 2. Transmite información entre las distintas áreas y a clientes internos y externos de la empresa creada en el aula reconociendo y aplicando técnicas de comunicación.							
CRITERIO DE EVALUACIÓN	INDICADOR	%	INSTRUMS. EVALUACIÓN				Unidad
			E	S	O	A	
a) Se han identificado los principios básicos a tener en cuenta en la comunicación verbal.	2.a.1. Identificar los principios básicos a tener en cuenta en la comunicación verbal	1%	X				2,3
b) Se ha identificado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales	2.b.1. Identificar el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales	2%	X	X			2,3
	2.b.2. Distinguir la comunicación verbal de la no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales	1%	X				2,3
c) Se han tenido en cuenta las costumbres socioculturales y los usos empresariales.	2.c.1. Tener presente las costumbres socioculturales y usos empresariales	1%	X	X			2,3
d) Se ha identificado al interlocutor, observando las debidas normas de protocolo, adaptando su actitud y conversación a la situación de la que se parte.	2.d.1. Identificar al interlocutor, observando las debidas normas de protocolo, adaptando su actitud y conversación a la situación de la que se parte.	2%	X	X			2,3
e) Se ha elaborado el mensaje verbal, de manera concreta y precisa, valorando las posibles dificultades en su transmisión	2.e.1. Elaborar el mensaje verbal, de manera concreta y precisa, valorando las posibles dificultades en su transmisión	2%	X	X			2,3
f) Se ha utilizado el léxico y expresiones adecuados al tipo de comunicación e interlocutores	2.f.1. Utilizar el léxico y expresiones adecuados al tipo de comunicación e interlocutores	1,5%	X	X			2,3
g) Se ha presentado el mensaje verbal elaborado utilizando el lenguaje no verbal más adecuado.	2.g.1. Presentar el mensaje verbal elaborado utilizando el lenguaje no verbal más adecuado.	1%	X				2,3

h) Se han utilizado equipos de telefonía e informáticos aplicando las normas básicas de uso.	2.h.1. Usar los equipos de telefonía e informáticos aplicando las normas básicas de uso.	0,5 %	X				2,3
i) Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y sensibilidad	2.i.1. Valorar si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, cortesía, respeto y sensibilidad	1,5 %	X	X			2,3
j) Se han analizado los errores cometidos y propuesto las acciones correctivas necesarias	2.j.1) Analizar los errores cometidos y propuesto las acciones correctivas necesarias	0,5 %	X				2,3

RESULTADO DE APRENDIZAJE: 3. Organiza información explicando los diferentes métodos manuales y sistemas informáticos previstos							
CRITERIO DE EVALUACIÓN	INDICADOR	%	INSTRUMS. EVALUACIÓN				Unidad
			E	S	O	A	
a) Se han identificado los soportes para elaborar y transmitir los documentos: tipo de papel, sobres y otros	3.a.1. Identificar los soportes para elaborar y transmitir los documentos: tipo de papel, sobres y otros.	1%	X				4,5
b) Se han identificado los canales de transmisión: correo convencional, correo electrónico, fax, mensajes cortos o similares	3.b.1. Identificar los canales de transmisión: correo convencional, correo electrónico, fax, mensajes cortos o similares	1%	X	X			
c) Se han diferenciado los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad, y confidencialidad.	3.c.1 Diferenciar los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad, y confidencialidad.	1%	X	X			4,5
d) Se ha identificado al destinatario observando las debidas normas de protocolo.	3.d.1. Diferenciar al destinatario, observando las debidas normas de protocolo	2%	X	X			4,5

Este documento debe ser utilizado en soporte informático. Las copias impresas no están controladas y pueden quedar obsoletas; por tanto, antes de usarlas debe verificarse su vigencia.

e) Se han clasificado las tipologías más habituales de documentos dentro de la empresa según su finalidad	3.e.1. Clasificar las tipologías más habituales de documentos dentro de la empresa según su finalidad	1%	X	X			4,5
	3.e.2. Identificar las tipologías más habituales de documentos centro de la empresa según su finalidad.	1%	X				4,5
f) Se ha redactado el documento apropiado, cumpliendo las normas ortográficas y sintácticas en función de su finalidad y de la situación de partida	3.f.1. Redactar el documento apropiado, cumpliendo las normas ortográficas y sintácticas en función de su finalidad y de la situación de partida	1%	X				4,5
g) Se han identificado las herramientas de búsqueda de información para elaborar la documentación	3.g.1. Identificar las herramientas de búsqueda de información para elaborar la documentación	1%	X				4,5
h) Se han utilizado las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos o autoedición.	3.h.1 Utilizar las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos o autoedición	1%	X				4,5
i) Se han cumplimentado los libros de registro de entrada y salida de correspondencia y paquetería en soporte informático y/o convencional.	3.i.1 Cumplimentar los libros de registro de entrada y salida de correspondencia y paquetería en soporte informático y/o convencional.	1%	X	X			4,5
j) Se ha utilizado la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos establecidos para las empresas e instituciones públicas y privadas.	3.j.1 Utilizar la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos establecidos para las empresas e instituciones públicas y privadas.	0,5 %	X				4,5
k) Se han aplicado, en la elaboración de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).	3.k.1 Aplicar, en la elaboración de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).	0,5 %	X				4,5

RESULTADO DE APRENDIZAJE: 4. Archiva información en soporte papel e informático, reconociendo los criterios de eficiencia y ahorro en los trámites administrativos							
CRITERIO DE EVALUACIÓN	INDICADOR	%	INSTRUMS. EVALUACIÓN				Unidad
			E	S	O	A	
a) Se ha descrito la finalidad de organizar la información y los objetivos que se persiguen.	4.a.1. Describir la finalidad de organizar la información y los objetivos que se persiguen.	1,5 %	X	X			6
b) Se han diferenciado las técnicas de organización de información que se pueden aplicar en una empresa o institución, así como los procedimientos habituales de registro, clasificación y distribución de la información en las organizaciones.	4.b.1 Diferenciar las técnicas de organización de información que se pueden aplicar en una empresa o institución, así como los procedimientos habituales de registro, clasificación y distribución de la información en las organizaciones.	1,5 %	X	X			6
	4.b.2 Seleccionar las técnicas de organización de información que se pueden aplicar en una empresa o institución, así como los procedimientos habituales de registro, clasificación y distribución de la información en las organizaciones.	1%	X				6
c) Se han identificado los soportes de archivo y registro y las prestaciones de las aplicaciones informáticas específicas más utilizadas en función de las características de la información a almacenar	4.c.1. Identificar los soportes de archivo y registro y las prestaciones de las aplicaciones informáticas específicas más utilizadas en función de las características de la información a almacenar	1,5 %	X	X			6
d) Se han identificado las principales bases de datos de las organizaciones, su estructura y funciones	4.d.1. Identificar las principales bases de datos de las organizaciones, su estructura y funciones	1,5 %	X	X			6
e) Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiados al tipo de documentos	4.e.1. Determinar el sistema de clasificación, registro y archivo apropiados al tipo de documentos	0,5 %	X				6
f) Se han realizado árboles de archivos informáticos para ordenar la documentación digital	4.f.1. Realizar árboles de archivos informáticos para ordenar la documentación digital	0,5 %	X				6

g) Se han aplicado las técnicas de archivo en los intercambios de información telemática (intranet, extranet, correo electrónico).	4.g.1 Aplicar las técnicas de archivo en los intercambios de información telemática (intranet, extranet, correo electrónico).	0,5 %	X				6
h) Se han reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación y detectado los errores que pudieran producirse en él.	4.h.1) Reconocer los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación y detectado los errores que pudieran producirse en él.	0,5 %	X				6
i) Se han respetado los niveles de protección, seguridad y acceso a la información, así como la normativa vigente tanto en documentos físicos como en bases de datos informáticas.	4.i.1) Respetar los niveles de protección, seguridad y acceso a la información, así como la normativa vigente tanto en documentos físicos como en bases de datos informáticas.	0,5 %	X				6
j) Se han aplicado, en la elaboración y archivo de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar)	4.j.1) Aplicar, en la elaboración y archivo de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar)	0,5 %	X				6

RESULTADO DE APRENDIZAJE: 5. Reconoce necesidades de posibles clientes aplicando técnicas de comunicación							
CRITERIO DE EVALUACIÓN	INDICADOR	%	INSTRUMS. EVALUACIÓN				Unidad
			E	S	O	A	
a) Se han desarrollado técnicas de comunicación y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente en situaciones de atención/asesoramiento al mismo.	5.a.1. Desarrollar técnicas de comunicación y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente en situaciones de atención/asesoramiento del mismo.	2%	X	X			8
b) Se han identificado las fases que componen el proceso de atención al cliente/consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación.	5.b.1. Identificar las fases que componen el proceso de atención al cliente, consumidor, usuario a través de diferentes canales de comunicación.	2%	X	X			8
c) Se han reconocido los errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente.	5.c.1. Reconocer los errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente	2%	X	X			8
d) Se ha identificado el comportamiento del cliente.	5.d.1. Identificar el comportamiento del cliente	1%	X				8
e) Se han analizado las motivaciones de compra o demanda de un servicio del cliente.	5.e.1. Analizar las motivaciones de compra o demanda de un servicio del cliente	1%	X				8
f) Se ha obtenido, en su caso, la información histórica del cliente.	5.f.1. Obtener, en su caso, la información histórica del cliente	1%	X				8
g) Se ha adaptado adecuadamente la actitud y discurso a la situación de la que se parte.	5.g.1 Adaptar adecuadamente la actitud y discurso a la situación de la que se parte.	1%	X				8
h) Se ha observado la forma y actitud adecuadas en la atención y asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado.	5.h.1 Observar la forma y actitud adecuadas en la atención a un cliente en función del canal de comunicación adecuado.	1%	X				8

Este documento debe ser utilizado en soporte informático. Las copias impresas no están controladas y pueden quedar obsoletas; por tanto, antes de usarlas debe verificarse su vigencia.

i) Se han distinguido las distintas etapas de un proceso comunicativo.	5.i.1 Distinguir las etapas de un proceso comunicativo.	1%	x				8
--	---	----	---	--	--	--	---

RESULTADO DE APRENDIZAJE: 6. Atiende consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes aplicando la normativa vigente en materia de consumo							
CRITERIO DE EVALUACIÓN	INDICADOR	%	INSTRUMS. EVALUACIÓN				Unidad
			E	S	O	A	
a) Se han descrito las funciones del departamento de atención al cliente en empresas	6.a.1. Describir las funciones del departamento de atención al cliente en empresas	3%	x	x			10
b) Se ha interpretado la comunicación recibida por parte del cliente.	6.b.1. Interpretar la comunicación recibida por parte del cliente	1%	x				10
c) Se han identificado los elementos de la queja/reclamación.	6.c.1. Identificar los elementos de la queja/reclamación.	1%	x				10
d) Se han reconocido las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/reclamaciones.	6.d.1. Reconocer las fases que componen el plan interno de resolución de quejas y reclamaciones.	1%	x				10
e) Se ha identificado y localizado la información que hay que suministrar al cliente.	6.e.1. Identificar y localizar la información que hay que suministrar al cliente.	2%	x	x			10
f) Se han utilizado los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones.	6.f.1. Utilizar los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones.	2%	x	x			10
g) Se ha cumplimentado, en su caso, un escrito de respuesta utilizando medios electrónicos u otros canales de comunicación.	6.g.1. Cumplimentar, en su caso, un escrito de respuesta utilizando medios electrónicos u otros canales de comunicación.	1%	x				10
h) Se ha reconocido la importancia de la protección del consumidor.	6.h.1. Reconocer la importancia de la protección del consumidor.	1%	x				10

Este documento debe ser utilizado en soporte informático. Las copias impresas no están controladas y pueden quedar obsoletas; por tanto, antes de usarlas debe verificarse su vigencia.

i) Se ha identificado la normativa en materia de consumo.	6.i.1 Identificar la normativa en materia de consumo.	1%	x				10
j) Se han diferenciado los tipos de demanda o reclamación	6.j.1. Diferenciar los tipos de demanda o reclamación	1%	x				10

RESULTADO DE APRENDIZAJE: 7. Potencia la imagen de empresa reconociendo y aplicando los elementos y aplicando los elementos y herramientas del marketing							
CRITERIO DE EVALUACIÓN	INDICADOR	%	INSTRUMS. EVALUACIÓN				Unidad
			E	S	O	A	
a) Se ha identificado el concepto de marketing.	7.a.1. Identificar el concepto de marketing.	2%	x	x			7
b) Se han reconocido las funciones principales del marketing.	7.b.1. Reconocer las funciones principales del marketing.	1%	x				7
c) Se ha valorado la importancia del departamento de marketing.	7.c.1. Valorar la importancia del departamento de marketing.	2%	x	x			7
d) Se han diferenciado los elementos y herramientas básicos que componen el marketing	7.d.1. Diferenciar los elementos y herramientas básicos que componen el marketing	1%	x				7
e) Se ha valorado la importancia de la imagen corporativa para conseguir los objetivos de la empresa.	7.e.1. Valorar la importancia de la imagen corporativa para conseguir los objetivos de la empresa.	1%	x				7
f) Se ha valorado la importancia de las relaciones públicas y la atención al cliente para la imagen de la empresa.	7.f.1. Valorar la importancia de las relaciones públicas y la atención al cliente para la imagen de la empresa.	1%	x				7
g) Se ha identificado la fidelización del cliente como un objetivo del marketing.	7.g.1 Identificar la fidelización del cliente como un objetivo prioritario del marketing.	2%	x	x			7

Este documento debe ser utilizado en soporte informático. Las copias impresas no están controladas y pueden quedar obsoletas; por tanto, antes de usarlas debe verificarse su vigencia.

RESULTADO DE APRENDIZAJE: 8. Aplica procedimientos de calidad en la atención al cliente identificando los estándares establecidos.							
CRITERIO DE EVALUACIÓN	INDICADOR	%	INSTRUMS. EVALUACIÓN				Unidad
			E	S	O	A	
a) Se han identificado los factores que influyen en la prestación del servicio al cliente	8.a.1. Identificar los factores que influyen en la prestación del servicio al cliente	2,5 %	x	x			8,9
b) Se han descrito las fases del procedimiento de relación con los clientes.	8.b.1. Describir las fases del procedimiento de relación con los clientes	2%	x				8,9
c) Se han descrito los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio	8.c.1. Describir los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio	2,5 %	x	x			8,9
d) Se ha valorado la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos.	8.d.1. Valorar la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos.	1%	x				8.9
e) Se han detectado los errores producidos en la prestación del servicio.	8.e.1. Detectar los errores producidos en la prestación del servicio.	1%	x				8,9
f) Se ha aplicado el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas.	8.f.1. Aplicar el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas.	1%	x				8,9
g) Se ha explicado el significado e importancia del servicio postventa en los procesos comerciales.	8.g.1 Explicar el significado e importancia del servicio postventa en los procesos comerciales.	1%	x				8,9
h) Se han definido las variables constitutivas del servicio postventa y su relación con la fidelización del cliente.	8.h.1. Definir las variables constitutivas del servicio postventa y su relación con la fidelización del cliente.	2%	x	x			8,9
i) Se han identificado las situaciones comerciales que precisan seguimiento y	8.i.1. Identificar las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio postventa.	1%	x				8,9

Este documento debe ser utilizado en soporte informático. Las copias impresas no están controladas y pueden quedar obsoletas; por tanto, antes de usarlas debe verificarse su vigencia.

servicio postventa.							
1j) Se han descrito los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio postventa, así como sus fases y herramientas.	8.j.1. Describir los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio postventa, así como sus fases y herramientas.	2%	x	x			8,9

5. PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN.

Al inicio de curso se realizará una prueba inicial para valorar los conocimientos previos que el alumnado tiene sobre el módulo. Esta prueba no evalúa los conocimientos de los estudiantes ya que sólo sirve para detectar aquellos aspectos en que el alumnado ha progresado o, por el contrario, que fuere necesario repasar antes de iniciar el desarrollo del módulo. El contenido de esta prueba se refleja como **ANEXO 1** de esta programación.

Con el fin de garantizar al alumno la objetividad en la evaluación se aplicarán los siguientes procedimientos:

Prueba inicial: Se realizará al inicio de curso para los conocimientos previos que el alumnado tiene sobre el módulo. Aporta información sobre las características reales de nuestros alumnos. Facilitará la detección de necesidades educativas y acomodar la práctica docente a las mismas. El contenido de esta prueba se refleja como ANEXO 1 de esta programación.

Análisis de las producciones del alumnado: Permite valorar el interés y aprovechamiento del alumno/a en las clases. Utilizaré instrumentos formales como el control de algunas tareas y supuestos (al menos una práctica por unidad).

Autoevaluación para que el alumnado pueda reflexionar sobre los logros alcanzados y dificultades frente a los objetivos propuestos. Facilitarán la resolución de dudas que puedan surgir y al mismo tiempo servirán para repasar la unidad.

Pruebas, que utilizaré para evaluar los conocimientos del alumnado sobre la materia explicada. En general, incluirán preguntas tipo test, de desarrollo y supuestos.

Señalar que, según lo establecido en el RRI del centro, *se considerará plagio o copia*:

- a) *Realizar o colaborar en procedimientos fraudulentos en los exámenes, trabajos o proyectos (copiar, plagiar).*
- b) *Presentar trabajos o proyectos como originales y propios sin serlo.*
- c) *Comunicar por cualquier medio a otra persona que no se encuentre en el lugar de las pruebas los contenidos de las mismas.*

Se acuerda y se informa al alumnado que en estos casos mencionados, será sancionado con la imposibilidad de presentarse a la recuperación del examen y no podrá recuperar los contenidos del módulo objeto de ese examen o trabajo, hasta la segunda evaluación final.

Alumnos que pierden derecho a la evaluación continua

La asistencia a clase es obligatoria, se justificarán las faltas de asistencia por motivos laborales siempre y cuando el alumno/a haya presentado al tutor/a una copia de un contrato de trabajo o un certificado de empresa acredite la relación laboral actual.

Como viene recogido en el RRI del centro, se permitirá justificar las faltas de asistencia por los siguientes motivos:

- Enfermedad grave.
- Cumplimiento de un deber inexcusable (sacarse D.N.I. o pasaporte, hacer el examen de conducir, testificar en un juicio, etc.)

El alumnado tendrá un plazo limitado de tiempo para justificar las faltas de asistencia; este plazo no excederá de 5 días a contar desde su reincorporación.

Se le notificará al alumno la posible pérdida de evaluación continua con el 10% de faltas de las horas anuales del módulo. Al alcanzar el 15% de faltas de asistencia, únicamente podrá presentarse a la convocatoria 1º final ordinaria y a la 2º final ordinaria de junio en la que se le aplicarán, en relación a todos los contenidos efectivos dados en clase, los mismos instrumentos de evaluación y calificación programados en cada uno de ellos para todo el curso. Se le recordará encarecidamente al alumnado la necesidad de la asistencia presencial a clase.

A continuación, concreto los criterios fijados para los instrumentos de evaluación del presente módulo:

Las pruebas objetivas siempre se ceñirán al contenido del libro de referencia o a otros materiales de ampliación proporcionados por el docente o vistos en clase.

El alumnado conocerá el peso de los criterios que afectan a cada una de las preguntas o apartados antes de realizar cada prueba o trabajo.

En el caso de que un alumno no asista a la convocatoria de una prueba, (a no ser que presente justificante válido) no se le repetirá y deberá realizarla en la fecha prevista para la recuperación, que podrá ser a lo largo de la evaluación.

Así mismo, podrá pedirse la realización de supuestos que deberán entregarse de forma obligatoria en los plazos previstos por el docente.

Para comprobar el seguimiento de la clase, el docente podrá proponer tareas en Google Classroom.

6. MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS.

La materia se desarrollará en lo fundamental siguiendo el libro de referencia de la editorial Macmillan ISBN 978-84-16092-45-1 “Comunicación Empresarial y Atención al Cliente”,

Además, contaremos con:

- - Periódicos, revistas.
- - Medios informáticos.
- - Posibilidad de videos que guarden relación con la materia impartida.
- - Simulaciones con la documentación obtenida de internet o de los propios organismos.
- - Debates en clase donde fomentaremos la comunicación oral.
- - Fotocopias: Apuntes y actividades complementarias o de refuerzo.
- - Apuntes y ejercicios propuestos por el profesor.

- -Ordenadores con conexión a Internet, los días que tengamos asignada el aula al efecto.
- -Aplicaciones informáticas generales.
- -Video proyector.
- -Pizarra
- -Webs de organismos oficiales.
- -Formularios y guías de trámites contenidos en la Web.