MATERIA: COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE NIVEL: 1º AF CURSO: 2023/2024

0.- CONTEXTUALIZACIÓN DEL MÓDULO Y RELACIÓN CON EL PLAN DE CENTRO.

ANÁLISIS DEL ALUMNADO	
Número de alumnos	Veinticuatro alumnos y alumnas.
Estudios Previos	Tres alumnas tienen estudios universitarios. Siete alumnos y alumnas proceden de bachillerato, doce de Gestión administrativa y dos de otro ciclo formativo.
Otros aspectos de interés (Alumnado NEAE, repetidores, etc.)	Un alumno repetidor. 7 alumnos/as NEAE con los que se llevarán a cabo las medidas que el Dpto. de Orientación determine. No es enseñanza dual.
VINCULACIÓN CON EL PLAN DE CENTRO	
Proyectos y Planes educativos del centro	No procede.

1.- PRESENTACIÓN DEL MÓDULO.

Ciclo Formativo:	**ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS**
Módulo Profesional:	**COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE**
Grupo:	**1º ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS**
Horas del Módulo:	**N.º horas: 160 anuales (5 horas semanales; 32 semanas)**
Ud. Competencia asociada	**Administrar y gestionar con autonomía las comunicaciones de la dirección. (UC0982-3).**
Normativa que regula el título	Real Decreto 1584/2011, de 4 de noviembre, por el que se establece el Título de Técnico Superior en Administración y Finanzas y se fijan sus enseñanzas mínimas. Orden de 11 de marzo de 2013 por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico Superior de Administración y Finanzas. Orden, de 29 de septiembre de 2010, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de FPI que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía.
Profesora	**Especialidad: Profesora técnica de Gestión Administrativa** **Nombre: INMACULADA MESA LUQUE**

2.- OBJETIVOS GENERALES RELACIONADOS CON EL MÓDULO *(Enumerarlos estableciendo un orden numérico)*

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales de este ciclo formativo que se relacionan a continuación:

1. Analizar y confeccionar los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa, identificando la tipología de los mismos y su finalidad, para gestionarlos.
2. Analizar los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa reconociendo su estructura, elementos y características para elaborarlos.
3. Identificar y seleccionar las expresiones de lengua inglesa, propias de la empresa, para elaborar documentos o comunicaciones.
4. 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.
5. Analizar la información disponible para detectar necesidades relacionadas con la gestión empresarial.
6. Identificar las técnicas y parámetros que determinan las empresas para clasificar, registrar y archivar comunicaciones y documentos.
7. Reconocer las técnicas de atención al cliente/usuario, adecuándolas a cada caso y analizando los protocolos de calidad e imagen empresarial o institucional para desempeñar las actividades relacionadas.
8. Aplicar estrategias y técnicas de comunicación, adaptándolas a los contenidos que se van a transmitir, a la finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia en los procesos de comunicación.

3.- COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES *(Recoger en cada competencia sus iniciales).*

La formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias profesionales, personales y sociales de este título que se relacionan a continuación:

a) Tramitar documentos o comunicaciones internas o externas en los circuitos de información de la empresa.

b) Elaborar documentos y comunicaciones a partir de órdenes recibidas, información obtenida y/o necesidades detectadas.

c) Detectar necesidades administrativas o de gestión de la empresa de diversos tipos, a partir del análisis de la información disponible y del entorno.

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

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

l) Atender a los clientes/usuarios en el ámbito administrativo y comercial asegurando los niveles de calidad establecidos y ajustándose a criterios éticos y de imagen de la empresa/institución.

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE (RELACIONADAS CON EL MÓDULO*)* //CRITERIOS DE EVALUACIÓN *(Enumerarlos estableciendo un orden numérico).*

MATERIA: COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE NIVEL: 1º AF CURSO: 2023/2024

RESULTADOS DE APRENDIZAJE (CICLOS LO (RELACIONADOS CON EL MÓDULO)	CRITERIOS DE EVALUACIÓN *(Enumerarlos estableciendo un orde*
1. Caracteriza técnicas de comunicación institucional y promocional, distinguiendo entre internas y externas.	a) Se han identificado los tipos de instituciones empresariales, describiendo sus características jurídicas, funcionales y organizativas. b) Se han relacionado las funciones tipo de la organización: dirección, planificación, organización, ejecución y control. c) Se han relacionado los distintos estilos de mando de una organización con el clima laboral que generan. d) Se ha identificado la estructura organizativa para una asistencia o la prestación de un servicio de calidad. e) Se han definido los canales formales de comunicación en la organización a partir de su organigrama. f) Se han diferenciado los procesos de comunicación internos formales e informales. g) Se ha valorado la influencia de la comunicación informal y las cadenas de rumores en las organizaciones, y su repercusión en las actuaciones del servicio de información prestado. h) Se ha relacionado el proceso de demanda de información de acuerdo con el tipo de cliente, interno y externo, que puede intervenir en la misma. i) Se ha valorado la importancia de la transmisión de la imagen corporativa de la organización en las comunicaciones formales. j) Se han identificado los aspectos más significativos que transmiten la imagen corporativa en las comunicaciones institucionales y promocionales de la organización.
2. Realiza comunicaciones orales presenciales y no presenciales, aplicando técnicas de comunicación y adaptándolas a la situación y al interlocutor.	a) Se han identificado los elementos y las etapas de un proceso de comunicación. b) Se han aplicado las distintas técnicas de comunicación oral presencial y telefónica. c) Se ha aplicado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales. d) Se ha utilizado el léxico y las expresiones adecuadas al tipo de comunicación y a los interlocutores. e) Se han identificado los elementos necesarios para realizar y recibir una llamada telefónica efectiva en sus distintas fases: preparación, presentación-identificación y realización de la misma. f) Se han tenido en cuenta las costumbres socioculturales y los usos empresariales y se ha valorado la importancia de la transmisión de la imagen corporativa. g) Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y con sensibilidad. h) Se han detectado las interferencias que producen las barreras de la comunicación en la comprensión de un mensaje y se han propuesto las acciones correctivas necesarias. i) Se han aplicado convenientemente elementos de comunicación no verbal en los mensajes emitidos.

	j) Se han comprobado los errores cometidos y se han propuesto las acciones correctoras necesarias.
3. Elabora documentos escritos de carácter profesional, aplicando criterios lingüísticos, ortográficos y de estilo.	a) Se han identificado los soportes y los canales para elaborar y transmitir los documentos. b) Se han diferenciado los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad y confidencialidad. c) Se ha identificado al destinatario, observando las debidas normas de protocolo. d) Se han diferenciado las estructuras y estilos de redacción propias de la documentación profesional. e) Se ha redactado el documento apropiado, utilizando una estructura, terminología y forma adecuadas, en función de su finalidad y de la situación de partida. f) Se han utilizado las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos y autoedición, así como sus herramientas de corrección. g) Se han publicado documentos con herramientas de la web 2.0. h) Se ha adecuado la documentación escrita al manual de estilo de organizaciones tipo. i) Se ha utilizado la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos, establecida para las empresas e instituciones públicas y privadas. j) Se han aplicado, en la elaboración de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar y reciclar). k) Se han aplicado técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones escritas, valorando su importancia para las organizaciones.
4. Determina los procesos de recepción, registro, distribución y recuperación de comunicaciones escritas, aplicando criterios específicos de cada una de estas tareas.	a) Se han identificado los medios, procedimientos y criterios más adecuados en la recepción, registro, distribución y transmisión de comunicación escrita a través de los medios telemáticos. b) Se han determinado las ventajas e inconvenientes de la utilización de los distintos medios de transmisión de la comunicación escrita. c) Se ha seleccionado el medio de transmisión más adecuado en función de los criterios de urgencia, coste y seguridad. d) Se han identificado los soportes de archivo y registro más utilizados en función de las características de la información que se va a almacenar. e) Se han analizado las técnicas de mantenimiento del archivo de gestión de correspondencia convencional. f) Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiado al tipo de documentos. g) Se han reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación. h) Se han respetado los niveles de protección, seguridad y acceso a la información según la normativa vigente y se han aplicado, en la elaboración y archivo de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).

	i) Se han registrado los correos electrónicos recibidos o emitidos de forma organizada y rigurosa, según técnicas de gestión eficaz. j) Se ha realizado la gestión y mantenimiento de libretas de direcciones. k) Se ha valorado la importancia de la firma digital en la correspondencia electrónica.
5. Aplica técnicas de comunicación, identificando las más adecuadas en la relación y atención a los clientes/usuarios.	a) Se han aplicado técnicas de comunicación y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente/usuario en situaciones de atención/asesoramiento al mismo. b) Se han identificado las fases que componen el proceso de atención al cliente/consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación. c) Se ha adoptado la actitud más adecuada según el comportamiento del cliente ante diversos tipos de situaciones. d) Se han analizado las motivaciones de compra o demanda de un producto o servicio por parte del cliente/usuario. e) Se ha obtenido, en su caso, la información histórica del cliente. f) Se ha aplicado la forma y actitud adecuadas en la atención y asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado. g) han analizado y solucionado los errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente/usuario.
6. Gestiona consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes, aplica la normativa vigente	a) Se han descrito las funciones del departamento de atención al cliente en empresas. b) Se ha valorado la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos. c) Se ha interpretado la comunicación recibida por parte del cliente. d) Se han relacionado los elementos de la queja/reclamación con las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/reclamaciones. e) Se han diferenciado los tipos de demanda o reclamación. f) Se ha gestionado la información que hay que suministrar al cliente. g) Se han determinado los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones. h) Se han redactado escritos de respuesta, utilizando medios electrónicos u otros canales de comunicación. i) Se ha valorado la importancia de la protección del consumidor. j) Se ha aplicado la normativa en materia de consumo.
7. Organiza el servicio postventa, relacionándolo con la fidelización del cliente.	a) Se ha valorado la importancia del servicio posventa en los procesos comerciales. b) Se han identificado los elementos que intervienen en la atención posventa. c) Se han identificado las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio posventa.

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

4.- RELACIÓN DE UNIDADES DE TRABAJO CON BLOQUES TEMÁTICOSY TEMPORALIZACIÓN

	UNIDAD DE TRABAJO	TÍTULO	TEMP.
1ª EVALUACIÓN		PRESENTACIÓN DEL MÓDULO	2
	1	LA ORGANIZACIÓN EN LA EMPRESA, PROCESO DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN	18
	2	LA COMUNICACIÓN PRESENCIAL EN LA EMPRESA	20
	3	COMUNICACIÓN TELEFÓNICA Y TELEMÁTICA: LAS REDES SOCIALES	18
	PRACTICAS: Incluidas en cada una de las unidades.		
2ª EVALUACIÓN	4	DOCUMENTOS ESCRITOS AL SERVICIO DE LA COMUNICACIÓN EMPRESARIAL	24
	5	TRATAMIENTO Y ENVÍO DE INFORMACIÓN EMPRESARIAL	20
	6	COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE	18
	PRACTICAS: Incluidas en cada una de las unidades.		
3ª EVALUACIÓN	7	GESTIÓN DE CONFLICTOS Y RECLAMACIONES	20
	8	SERVICIO POSVENTA Y FIDELIZACIÓN DE LOS CLIENTES	20
	PRACTICAS: Incluidas en cada una de las unidades.		
	TOTAL HORAS:		160 horas

MATERIA: COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE NIVEL: 1º AF CURSO: 2023/2024

5.- DESARROLLO DE UNIDADES DE TRABAJO Y CONTENIDOS. (Se Incluyen las Prácticas en los módulos que correspondan). Y SU RELACIÓN CON LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE, OBJETIVOS GENERALES DEL CICLO Y COMPETENCIA PROFESIONAL.

	RA	CE
1.- La Organización en la empresa. Proceso de información y comunicación (Objetivo: 5,8; Competencia: c,d,p)	1 12%	a-j
Contenidos desarrollados 1. La empresa: elementos y tipos. 2. La organización interna de la actividad empresarial. 3. La función directiva. 4. La información en la actividad empresarial 5. La comunicación en la actividad empresarial. 6. Comunicación externa e imagen corporativa Destrezas a trabajar • Distinción de los tipos de instituciones empresariales que existen. • Determinación de las características jurídicas, funcionales y organizativas de cada tipo de organización. • Elaboración de organigramas. • Comprensión de las funciones tipo de la organización: dirección, planificación, organización, ejecución y control. • Interpretación de los distintos estilos de mando de una organización. • Realización del proceso de demanda de información de acuerdo con el tipo de cliente interno o externo. • Diferenciación de los procesos de comunicación organizacionales en formales e informales. Las líneas de actuación en el proceso enseñanza-aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos de la unidad versarán sobre: • Constatación de la importancia de una adecuada estructura organizativa para llevar a cabo una prestación de servicios de calidad. • Participación con interés y agrado en los trabajos en común y en los debates que se realicen en el aula. • Predisposición a la consulta de la normativa legal y a su utilización. • Reflexión sobre la relación que existe entre la estructura organizacional, el proceso de toma de decisiones y los estilos de mando en una organización empresarial. • Apreciación de la importancia de la comunicación como generador comportamientos.		

MATERIA: COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE NIVEL: 1º AF CURSO: 2023/2024

	RA	CE
2.- La Comunicación presencial en la empresa.(Objetivo: 3, Competencia: b,p)	2 (25%) 12,5%	a-d; f-j
Contenidos desarrollados 1. La comunicación en la empresa: elementos y tipos. 2. La comunicación presencial. 3. Técnicas de comunicación presencial 4. Situaciones presenciales más habituales. 5. La comunicación no verbal en la comunicación presencial 6. Costumbres, protocolo y formas de actuación. Destrezas a trabajar • Análisis de las funciones que tiene la comunicación no verbal. • Aplicación de la imagen personal en la comunicación. • Identificación de los elementos de la comunicación no verbal en los mensajes emitidos. • Reconocimiento de las distintas formas de comunicación oral que existen. • Realización de la comunicación con claridad, precisión, cortesía, respeto y sensibilidad. • Análisis los errores más comunes que se producen en la comunicación oral. Las líneas de actuación en el proceso enseñanza-aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos de la unidad versarán sobre: • Valoración de la importancia que tienen aspectos como el tono, la rapidez al hablar, las miradas, etc. en el proceso comunicacional. • Reconocimiento de la importancia que tiene la imagen personal. • Reconocer la importancia de la preparación de los mensajes orales. • Emplear la cortesía, el respeto y la sensibilidad en las comunicaciones orales. • Valorar la escucha como elemento clave de la buena comunicación. • Participación con interés y agrado en los trabajos en común y en los del que se realicen en el aula.		

	RA	CE
3.- La Organización en la empresa. Proceso de informació comunicación (Objetivo: 3,7,8; Competencia: b,p)	2(25%) 12,5%	a-j
Contenidos desarrollados 1. El proceso de comunicación telefónica. 2. Medios, equipos y prestaciones para la comunicación telefónica. 3. Protocolos, en la comunicación telefónica. 4. Gestión empresarial de las comunicaciones telefónicas.		

5. Tipos de comunicación telemática. 6. Gestión de las comunicaciones telemáticas en la empresa. Destrezas a trabajar • Distinción entre los distintos dispositivos posibles y acercamiento a las diferentes posibilidades de negocio de la telefonía. • Análisis de los diversos servicios ofrecidos a través de los medios telefónicos. • Realización y recepción de llamadas telefónicas de forma efectiva y corporativa. • Aplicación correcta de las técnicas de comunicación verbal y no verbal. • Utilización del teléfono como herramienta para fines comerciales y de marketing. Las líneas de actuación en el proceso enseñanza-aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos de la unidad versarán sobre: • Valoración de la importancia de la comunicación telefónica en la empresa. • Reconocimiento de las prestaciones más habituales de la telefonía fija, móvil y a través de centralitas telefónicas. • Comprensión de la importancia de seguir las reglas para lograr una buena comunicación telefónica. • Participación activa y dinámica en las actividades.		
	RA	**CE**
4.- Documentos escritos al servicio de la comunicación empresa (Objetivo: 1,2,3,4; Competencia: a,b)	3 15%	a-k
Contenidos desarrollados 1. La comunicación escrita: elementos y tipos. 2. Normas para una adecuada redacción. 3. Documentos propios de la comunicación escrita. 4. Soportes para transmitir documentos escritos. 5. Canales para transmitir documentos escritos. Destrezas a trabajar • Selección de los soportes y canales adecuados para elaborar y transmitir documentos. • Aplicación en la documentación de las técnicas 3R: reducir, reutilizar, reciclar. • Diferenciación de las estructuras y estilos de redacción propios de la documentación profesional. • Redacción del documento adecuado en estructura, terminología y forma, según su finalidad y la situación de partida. • Aplicación de técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones escritas, valorando su importancia. • Redacción de correos electrónicos siguiendo el protocolo específico o etiqueta.		

Las líneas de actuación en el proceso enseñanza-aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos de la unidad versarán sobre: • Toma de conciencia sobre los elementos básicos de la comunicación escrita y su importancia. • Valoración de la aplicación de las técnicas 3R en la producción y reproducción de documentos. • Comprensión de la necesidad del uso de modelos de documentos escritos en la empresa. • Valoración de la importancia de la comunicación escrita en la imagen empresa.		
	RA	**CE**
5.- Tratamiento y envío de información empresarial (Objetivo: 4,6; Competencia: e)	4 12%	a-j
Contenidos desarrollados 1. El archivo: finalidad, funciones y tipos de archivo. 2. Sistemas de clasificación de documentación. 3. Recepción y archivo de documentación. 4. Consulta y conservación de la documentación. 5. Tratamiento de la correspondencia empresarial. 6. Seguridad y confidencialidad de la información: La Ley de Protección de Datos. Destrezas a trabajar • Identificación de los medios más adecuados para desarrollar la comunicación escrita a través de los medios telemáticos. • Reconocimiento de las medidas de seguridad en la información. • Aplicación práctica de los sistemas de clasificación de la información: alfabética, numérica, cronológica, geográfica y temática. • Digitalización de datos Las líneas de actuación en el proceso enseñanza-aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos de la unidad versarán sobre: • Toma de conciencia sobre la necesidad de implementar medidas de seguridad en la información. • Valoración de las ventajas y los inconvenientes de los diferentes soportes posibles de archivo. • Reflexión sobre los cambios en la organización derivados de la digitalización de los datos. • Participación activa en actividades de clase y debates.		
	RA	**CE**
6.- Comunicación y atención comercial (Objetivo: 7,8; Competencia: l,p)	5 12%	a-g

Contenidos desarrollados 1. El cliente: tipos de clientes e importancia para la empresa. 2. Las motivaciones del cliente y el proceso de compra. 3. El departamento de atención al cliente. 4. Comunicación en la atención comercial. 5. El proceso de atención al cliente: elementos y técnicas. 6. Tratamiento y gestión de la información comercial: los CRM. Destrezas a trabajar • Análisis de los principios de la atención al cliente. • Identificación de las características y funciones del departamento de atención al cliente. • Conocimiento de las distintas fases de la atención al cliente. • Gestión de la información que hay que suministrar al cliente. • Interpretación de la comunicación recibida por parte del cliente. Las líneas de actuación en el proceso enseñanza-aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos de la unidad versarán sobre: • Valoración de la importancia de la atención al cliente para la empresa. • Reconocimiento de la necesidad de adoptar una actitud proactiva anticiparse a las posibles incidencias en los procesos.		
	RA	**CE**
7.- Gestión de conflictos y Reclamaciones (Objetivo: 1,7,8; Competencia: l, p)	6 12%	a-j
Contenidos desarrollados 1. Exteriorización de la satisfacción del cliente: actualización empresarial. 2. La reclamación: documentación asociada. 3. Gestión empresarial de reclamaciones escritas. 4. Gestión de reclamaciones presenciales. 5. Conflicto y negociación comercial: técnicas y herramientas de negociación. 6. La protección de los derechos del consumidor. Destrezas a trabajar • Diferenciación de los tipos de demanda o reclamación. • Determinación de los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones. • Redacción de escritos de respuesta utilizando para ello medios electrónicos u otros canales de comunicación. • Aplicación de la normativa vigente en materia de consumo. Las líneas de actuación en el proceso enseñanza-aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos de la unidad versarán sobre: • Percepción de la trascendencia de la protección del consumidor.		

• Reflexión sobre la relación entre el procedimiento de quejas y reclamaciones y los principios de una buena comunicación oral o escrita. • Toma de conciencia acerca de la necesidad de aplicar la normativ protección de los consumidores y usuarios.		
	RA	**CE**
8.- Servicio postventa y fidelización de los clientes (Objetivo: 7,8; Competencia: l,p)	7 12%	a-j
Contenidos desarrollados 1. El servicio postventa: definición y tipos. 2. La calidad y el servicio postventa. 3. Gestión de calidad: planificación y evaluación del servicio postventa. 4. Tratamiento de errores y anomalías. Control y mejora del servicio. 5. El CRM como instrumento de gestión postventa. 6. Postventa y fidelización de los clientes. Destrezas a trabajar • Conocimiento de los servicios posventa que pueden ofrecer las empresas. • Reconocimiento de las acciones que ha de emprender una empresa y las herramientas adecuadas para gestionar la calidad del servicio posventa. • Detección y solución de errores en el servicio posventa. • Conocimiento de las herramientas que puede usar el servicio posventa. Las líneas de actuación en el proceso enseñanza-aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos de la unidad versarán sobre: • Valorar la importancia que tiene para una empresa ofrecer un servicio posventa a sus clientes. • Tomar conciencia sobre la necesidad de una gestión de la calidad en el servicio posventa. • Ponderación de los efectos positivos que tiene la estructuración del servicio. • Participación activa en las actividades.		

6.- ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS (Incluir los instrumentos de evaluación que se utilizarán).

6.1.- Aportación al Proyecto Lingüístico del centro (PLC)

Un aspecto importante que como docentes debemos tener en cuenta es promover la lectura de textos vinculados a la asignatura. Pueden ser de diferente índole o naturaleza. También, es importante el desarrollo de actividades que fomenten buenas prácticas comunicativas que contribuyan al desarrollo del pensamiento crítico en nuestro alumnado. Todas estas actividades se encuentran enmarcadas en el Proyecto lingüístico de centro (PLC) y se difundirán a través del periódico del mismo.

Parte de los trabajos, que forman parte de los instrumentos de evaluación exigirán la lectura y la mejora de la expresión oral y escrita.

Así mismo algunas de las actividades a realizar consisten en la lectura y análisis de artículos, relacionados con el tema propuesto, por otra parte, se fomentará la participación del alumnado en el periódico del centro.

6.2.- Estrategias Metodológicas

Será activa, favoreciendo que el alumno/a sea, de alguna manera, protagonista de su propio aprendizaje. Además, los contenidos de lo aprendido deben resultar "funcionales", se trata de utilizarlos en circunstancias reales de la vida cotidiana.

La metodología que se propone es la siguiente:

1. Presentación del módulo de Comunicación y Atención al Cliente, explicando sus características, los contenidos, los resultados del aprendizaje que deben adquirir los alumnos/as, la metodología y criterios de evaluación que se van a aplicar.
2. Al inicio de cada unidad de trabajo, se hará una introducción a la misma, que muestren 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.
3. Posteriormente se pasará a explicar los contenidos conceptuales intercalando actividades de apoyo como pueden ser comentarios de textos o resoluciones de casos prácticos, así como la proyección de videos y/o películas que ayuden a asimilar mejor los contenidos tratados.
4. Al finalizar cada unidad de trabajo, se propondrá a los alumnos y alumnas la resolución de actividades de enseñanza-aprendizaje, que faciliten la mejor comprensión del tema propuesto, así como debates, discusiones, aplicaciones prácticas, presentaciones, etc., que ayuden a vencer la timidez o el miedo al ridículo.

Las explicaciones del profesor, el debate abierto en la clase, la discusión razonada entre el alumnado, la realización de actividades relacionadas directamente con las diferentes situaciones reales que se dan o que puedan originarse en el mundo empresarial tanto público como privado, así como en la vida real misma, van a constituir en conjunto el sistema de aprendizaje para esta materia.

El cuaderno del profesor, en que se anotará por alumno/a las observaciones diarias sobre, participación, valoraciones de las pruebas, de los trabajos o proyectos, la realización de tareas, etc.

Las pruebas escritas, trabajos o proyectos, en las que evaluaremos el grado de asimilación de los distintos contenidos y desarrollo de las distintas competencias profesionales, personales y sociales asociadas al módulo.

7.- MATERIALES DIDÁCTICOS.

LIBRO DE TEXTO:

Título COMUNICACIÓN Y ATENCION AL CLIENTE

Autor: Francisco Javier y Juan Manuel Ariza Ramírez.

Editorial MCGRAW-HILL

Edición: 2016 y 2021

ISBN: 978-84-486-0973-3/ 978-84-486-2402-6

OTROS RECURSOS Y MATERIALES:

El desarrollo de los procesos de enseñanza-aprendizaje del módulo de COMUNICACIÓN Y ATENCION AL CLIENTE requiere de la disposición de los siguientes materiales y recursos didácticos:

*** Ambientales**

- Aula de gestión o polivalente
- Aula de informática y mecanografía
- Relaciones con las empresas privadas e instituciones y asociaciones privadas y públicas del entorno.

*** Equipos, máquinas, mobiliario y aparatos**

- Mobiliario de mesas de lectura, sillas anatómicas, armarios y ficheros metálicos y armario para audiovisuales.
- Equipos informáticos.
- Proyector
- Fotocopiadoras del Centro

*** Materiales**

- Pizarra blanca y rotuladores adecuados
- Programas informáticos básicos de usuario y específicos de mecanografía.

***Uso TIC**

Se proyectarán películas y se trabajarán páginas web específicas, además de diferentes recursos audiovisuales, en función de la materia a analizar:

- Para la parte de Atención al cliente: web de OCU, FACUA, OMIC...; visualización de vídeos de atención telefónica, etc.
- Para la parte de Comunicación empresarial: visualización de videos de comunicación verbal y no verbal, programas informáticos de usuario (para redactar cartas comerciales, instancias, etc)

8.- CRITERIOS DE CALIFICACIÓN, PONDERACIÓN DE RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y RECUPERACIÓN.

8.1. Criterios de calificación *(Especificar rúbricas de evaluación).*

A la hora de calificar debemos atender a los **resultados de aprendizaje** que aparecen en la orden del ciclo formativo y que recogemos en esta programación. El nivel de logro alcanzado en cada uno de ellos determinará la adquisición de competencias y objetivos perseguidos y con ello la calificación del módulo.

Dichos resultados de aprendizaje se alcanzarán con los distintos criterios de evaluación que conforman cada uno de los resultados de aprendizaje.

Para obtener la calificación de los criterios de evaluación utilizaremos:

Pruebas objetivas de valoración de conocimientos. Cada prueba contendrá la puntuación de cada una de las partes que la compongan.

Estas pruebas podrán consistir.

- En la realización de pruebas tipo test, contando positivo las respuestas correctas y restando puntuación las incorrectas.

- Pruebas teóricas mixtas, es decir la puesta en escena de preguntas tipo test y preguntas de respuesta corta, que permitan una valoración sobre el dominio de la terminología y la comprensión y aplicación de los contenidos, siéndole de aplicación lo establecido anteriormente para las de tipo test.
- Podrá incluirse algún supuesto práctico de aplicación a la solución de problemas, presentar al alumno situaciones-problemas cuya solución requiera la activación de un concepto antes aprendido.

Realización de trabajos o proyectos. Podrán ser escritos u orales, cada uno de ellos llevará su correspondiente rúbrica dependiendo del tipo de trabajo o proyecto a realizar.

Realización de actividades evaluables. Resolución de ejercicios, problemas y supuestos a ejecutar en clase y/o en casa.

La evaluación del alumnado será realizada por el profesorado que imparta cada módulo profesional del ciclo formativo, de acuerdo con los resultados de aprendizaje, los criterios de evaluación y contenidos de cada módulo profesional, así como las competencias y objetivos generales del ciclo formativo asociados a los mismos.

Para los alumnos de primer curso se realizarán tres evaluaciones parciales la última en mayo. En segundo curso serán dos parciales. Además de éstas, se llevará a cabo una sesión de evaluación inicial y una sesión de evaluación final en cada uno de los cursos académicos.

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

La evaluación conllevará una calificación que reflejará los resultados obtenidos por el alumno o alumna en su proceso de enseñanza-aprendizaje. La calificación de los módulos profesionales de formación en el centro educativo y del módulo profesional de proyecto se expresará en valores numéricos de 1 a 10, sin decimales. Se considerarán positivas las iguales o superiores a 5 y negativas las restantes.

La calificación obtenida en cada evaluación, será el resultado de la suma de los resultados de aprendizaje, correspondientes a las unidades temáticas impartidas en la misma. Una vez obtenida la proporcionalidad correspondiente al sistema numérico de notas establecido, es decir de 1 a 10.

8.2.- Ponderación de los Resultados de Aprendizaje y/o de los Criterios de evaluación

Resultado Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Ponderación sobre la nota final	Unidades de trabajo	Evaluación
RA 1	a,b,c,d,e,f,g,h,i,j	12%	UD 1	1ª Ev.
RA 2	a,b,c,d,f,g,h,i,j	12,5%	UD 2	1ª Ev.
RA 2	a,b,c,d,e,f,g,h,i,j	12,5%	UD 3	1ª Ev.
RA 3	a,b,c,d,e,f,g,h,i,j,k	15%	UD 4	2ª Ev.
RA 4	a,b,c,d,e,f,g,h,i,j	12%	UD 5	2ª Ev.
RA 5	a,b,c,d,e,f,g	12%	UD 6	2ª Ev.
RA 6	a,b,c,d,e,f,g,h,i,j	12%	UD 7	3ª Ev.
RA7	a,b,c,d,e,f,g,h,i,j	12%	UD 8	3ª Ev.
		100%		

8.3- Medidas de Recuperación

Como medida de apoyo al alumnado y para facilitar la superación de los módulos que le puedan resultar más complicados, este departamento ha establecido un sistema de recuperación consistente en:

1. Prueba de recuperación tras cada evaluación parcial, y que versara sobre los criterios de evaluación o resultados de aprendizaje, no superados, en dicha evaluación.
2. Prueba de recuperación final, se realizará antes de la última evaluación parcial. El contenido de la prueba será el necesario para recuperar aquellos criterios de evaluación o resultados de aprendizaje, no superados durante el curso.

9.- INDICADORES DE LOGRO SOBRE LOS PROCESOS DE ENSEÑANZA Y PRÁCTICA DOCENTE.

Indicadores enseñanza:

Se miden mediante los siguientes parámetros, una vez por trimestre, y en función de su resultado, se adoptan las medidas correctivas adecuadas.

- **Programación impartida**: este indicador mide en porcentaje, el número de temas impartidos en el trimestre, entre el número de temas que se había previsto impartir en el mismo. 85%
- **Horas impartidas**: este indicador mide en porcentaje, el número de horas impartidas en el trimestre, entre el número de horas que se habían previsto durante el mismo. 90%.
- **Asistencia del alumnado**: este indicador también se expresa en porcentaje. Se calcula el número de faltas totales del grupo (justificadas o no), del alumnado que asiste regularmente a clase, y se divide entre el número de horas totales que se han impartido en el trimestre. La cantidad que se obtiene se detrae del 100% y el indicador debe ser superior al 90%.
- **Alumnado aprobado**: también se expresa en porcentaje. Es la división entre el número de alumnos aprobados en el grupo en cada trimestre, entre el número total de alumnos que componen el grupo y asisten regularmente a clase. 65%.

Indicadores de la práctica docente:

Otro aspecto a evaluar es la propia práctica docente. Como ejemplos de estos indicadores están los siguientes.

- **Uso de las TIC en el aula:** este indicador mide el número de veces que se hace uso de las TICs en el aula, tanto por parte del alumnado, como por el profesorado. Es un buen indicador para alcanzar una de las líneas de actuación en el proceso de enseñanza aprendizaje *(la utilización de aplicaciones informáticas y nuevas tecnologías en el aula).*
- **Actividades motivadoras:** este indicador mide el número de veces que se realizan actividades *distintas* a las habituales de enseñanza- aprendizaje, (tales como dinámicas de grupo, debates, trabajos de investigación, etc), que hacen que el desarrollo del módulo se haga distinto y motivador para el alumnado.

10- MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD:

La atención a la diversidad es un principio fundamental que debe regir toda la enseñanza, con el objetivo de proporcionar a todo el alumnado una educación adecuada a sus características y necesidades.

Es una necesidad vinculada a todas las etapas educativas y a todo el alumnado. Se debe concebir a partir del principio de inclusión, entendiendo que únicamente de ese modo se garantiza el desarrollo de todos, se favorece la equidad y se contribuye a una mayor cohesión social.

Respecto a las medidas de atención a la diversidad en la educación posobligatoria, los centros deben garantizar la accesibilidad de las personas a la enseñanza, implementando las adaptaciones de acceso al currículo, las enseñanzas o las instalaciones que se requieran en cada caso; sin embargo, no se contemplan medidas extraordinarias.

En el aula nos encontramos con un alumnado muy diverso. Esta diversidad, fiel reflejo de nuestra sociedad, está originada por múltiples motivos, como pueden ser diferentes capacidades, diferentes procedencias, distintas motivaciones e intereses, etc.

La programación ha de ser planteada para dar respuesta a las necesidades educativas de todos los alumnos, manifestadas en los siguientes aspectos:

a) Capacidad para aprender: Los contenidos se plantean para que, con la intervención del profesor, se pueda graduar la dificultad y se ajuste progresivamente a la capacidad para aprender que diferencia a cada alumno.

b) Motivación por aprender: Está íntimamente ligada al futuro profesional de los alumnos.

c) Estilos de aprendizaje: El estudio se puede abordar desde los diferentes estilos de aprendizaje de los alumnos; un estilo que va desde una perspectiva global para posteriormente tener en cuenta lo particular, otros alumnos aprenden paso a paso desde lo particular a lo general.

d) Interés de los alumnos: En la formación profesional este ámbito está íntimamente ligado a la motivación por aprender; en el caso de la formación profesional es a la incorporación al mundo profesional.

La programación será lo suficientemente abierta y flexible para que el profesorado pueda introducir los cambios que estimen necesarios para dar respuesta a las diferentes capacidades para aprender, las diferentes motivaciones por aprender, los diferentes estilos de aprendizaje e interés de los alumnos.

El proceso de enseñanza y aprendizaje propuesto, incorporará una gran variedad de tipos de actividades que permitan la diversidad de agrupamientos y la adquisición de aprendizajes a distinto nivel, en función del punto de partida y las posibilidades de los alumnos.

Las actividades tendrán distintos niveles de dificultad y distintos enfoques, para que todos los alumnos puedan realizarlas con éxito y permitan utilizar metodologías diversas, dependiendo de los contenidos que se desarrollen (cuestiones con respuestas conceptuales, cuestiones tipo test, investigaciones, debates, cumplimentar documentos, realizar organigramas, actividades fuera del aula, simulaciones en el aula, consultas y búsquedas en Internet, etc.).

Las actividades programadas en cada unidad didáctica serán planteadas partiendo del análisis de los contenidos que se trabajen, de tal forma que no sean demasiado fáciles y, por consiguiente, poco motivadoras, ni tan difíciles que les resulten desmotivadoras.

La dificultad de las actividades está graduada para poder atender a la diversidad de los alumnos y, en muchas ocasiones, dejarán libertad para que el profesor pueda adaptarlas al contexto educativo y social, en que se desenvuelve la actividad docente secuenciándolas de forma distinta, o dando prioridad a unos contenidos sobre otros.

.- DETECCIÓN.

La detección de necesidades educativas especiales en el alumnado, se hace mediante el análisis del expediente del alumnado, así como del apartado correspondiente en Séneca, también a través de la reunión mantenida con la orientadora para tratar este tema.

Las diferencias de cada alumno, se van detectando en el día a día, contemplando sus respuestas y comportamientos ante las distintas situaciones que se plantean.

.- ACTUACIONES.

Tal como se ha comentado anteriormente, ante necesidades educativas especiales del alumnado, en fp, no se pueden hacer adaptaciones curriculares significativas, pero si se le pueden proporcionar al alumnado, diferentes estrategias y métodos, para que adquieran los resultados de aprendizaje previstos.

Para atender la diversidad del alumnado, se contará con actividades de diversas características, acordes a las demandas que se vayan presentando.

.- EVALUACIÓN.

La evaluación del alumnado se llevará a cabo, mediante los instrumentos de evaluación que se han comentado anteriormente (pruebas objetivas, trabajos y actividades, y comportamiento y destrezas seguidas en el aula); con el fin de que se atienda la diversidad del alumnado, y se cuente con diversos registros de cada uno de ellos.

11.- EVALUACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN.

Trimestralmente y a través del Departamento, se realizará una evaluación de los diferentes aspectos de la programación para su posible revisión y reformulación de los planteamientos iniciales, procediendo a introducir los ajustes necesarios para su adecuación al contexto específico.

Al tratase de un centro en el que se encuentra implantado un sistema de calidad, hay establecidos unos controles que permiten al profesorado realizar cambios en la metodología y la programación cuando se detectan desviaciones en cuanto al cumplimiento de determinados porcentajes.

Del mismo modo tenemos establecidos indicadores para asegurar un porcentaje adecuado de alumnado que supere la materia. Estos mecanismos nos irán avisando para que, en caso de no alcanzar el indicador, podamos reorganizar los contenidos, modificar las actividades o cambiar la metodología para poder llegar al alumnado y conseguir que este disfrute con su trabajo y esfuerzo, consiguiendo los resultados óptimos.