



FAMILIA PROFESIONAL:
ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN



CICLO FORMATIVO:
GESTIÓN ADMINISTRATIVA

CURSO: 2024/2025



INDICE

1. CONTEXTUALIZACIÓN DEL MÓDULO Y RELACIÓN CON EL PLAN DE CENTRO.
2. PRESENTACIÓN DEL MÓDULO.
3. OBJETIVOS GENERALES RELACIONADOS CON EL MÓDULO.
4. COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES.
5. RESULTADOS DE APRENDIZAJE (RELACIONADAS CON EL MÓDULO) //CRITERIOS DE EVALUACIÓN.
6. RELACIÓN DE UNIDADES DE TRABAJO CON BLOQUES TEMÁTICOS Y TEMPORALIZACIÓN
7. *DESARROLLO DE UNIDADES DE TRABAJO, CONTENIDO Y FORMACIÓN EN EMPRESAS. Y SU RELACIÓN CON LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE, OBJETIVOS GENERALES DEL CICLO Y COMPETENCIA PROFESIONAL.*
8. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS.
 - 8.1. *Aportación al Proyecto Lingüístico del centro (PLC)*
 - 8.2. *Estrategias Metodológicas*
9. MATERIALES DIDÁCTICOS.
 - 9.1. OTROS RECURSOS Y MATERIALES:
10. EVALUACIÓN: CRITERIOS DE CALIFICACIÓN, PONDERACIÓN DE RESULTADOS DE APRENDIZAJE, RECUPERACIÓN Y HERRAMIENTAS
 - 10.1. *Criterios de calificación.*
 - 10.2. *Ponderación de los Resultados de Aprendizaje y/o de los Criterios de evaluación*
 - 10.3. *Herramientas*
 - 10.4. *Medidas de Recuperación*
11. INDICADORES DE LOGRO SOBRE LOS PROCESOS DE ENSEÑANZA Y PRÁCTICA DOCENTE.
12. MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD.
13. EVALUACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN.



MATERIA: Comunicación Empresarial y Atención al Cliente	NIVEL: 1GMGA	CURSO: 24-25
--	---------------------	---------------------

1. CONTEXTUALIZACIÓN DEL MÓDULO Y RELACIÓN CON EL PLAN DE CENTRO.

El IES Emilio Canalejo Olmeda es un centro educativo en el que se imparten las enseñanzas de Educación Secundaria Obligatoria, Bachillerato y ciclos formativos de diferentes grados (Básico, Medio y Superior), contando con cinco familias profesionales.

El centro se encuentra enclavado en la parte Norte de la localidad de Montilla. Una zona con un fuerte componente económico basado en la agricultura, especialmente la vid y el olivo, lo que da justificación a la existencia de algunos de los ciclos formativos que se imparten en él (tanto de manera directa como indirecta) y que atraen no solo a alumnado de la localidad sino de toda la campiña cordobesa y pueblos de alrededor. La presencia de industria y el desarrollo del sector servicios está cada vez más presente igualmente en la localidad.

Es un centro con trayectoria y largo recorrido que ha ido ampliando enseñanzas desde su año de fundación, en 1968, y que, desde el año 2014, cuenta con unas amplias y modernas instalaciones en la Avenida Del Trabajo que permiten desarrollar, si cabe mejor aún, la práctica docente y el desarrollo de la formación integral del alumnado (biblioteca, laboratorios, talleres, tanto para ciclos formativos como para otras enseñanzas de ESO y Bachillerato, aulas específicas para las materias/módulos que así lo requieren, con materiales y recursos apropiados para el desarrollo de la práctica docente, espacios y zonas de recreo, etc. El centro, gracias a la labor constante, dinámica e innovadora del profesorado y del equipo directivo, así como a la colaboración estrecha con la asociación de padres y madres, empresas e instituciones, está en continuo proceso de cambio y mejora, no solo en lo que instalaciones o mejora de infraestructuras se refiere (espacio expositivo, agenda cultural de la biblioteca, carros de ordenadores portátiles para trabajar en el aula, espacios verdes y relacionados con la ecología, ...) sino especialmente a todo aquello que se relaciona con la práctica docente y la formación de nuestro alumnado (planes y programas que se desarrollan en el centro, metodología innovadora, atención a la diversidad, desarrollo y fortalecimiento del contacto con las empresas e instituciones, públicas o privadas, de la zona, orientación vocacional y profesional del alumnado para afrontar estudios superiores o salidas profesionales, ...).

La variedad de enseñanzas, no obstante, conlleva que el perfil del alumnado y profesorado que integra el centro sea muy diverso. En el centro hay matriculados aproximadamente cada año en torno a 900 estudiantes, de edades, expectativas e intereses distintos, en las distintas enseñanzas que más arriba se indicaba: Educación Secundaria Obligatoria -12 grupos-, Bachilleratos -con las modalidades de Ciencias y Tecnología, Humanidades y Ciencias Sociales y Artes Plásticas, Imagen y Sonido, con 6 grupos-, y 26 grupos en total de Formación Profesional – 4 de Grado Básico, 12 de Grado Medio y 10 de Grado Superior. Las familias profesionales con que cuenta el centro son: Transporte y Mantenimiento de Vehículos, Electricidad y Electrónica, Industrias Alimentarias, Administración y Gestión y Actividades Físicas y Deportivas.



MATERIA: Comunicación Empresarial y Atención al Cliente	NIVEL: 1GMGA	CURSO: 24-25
--	---------------------	---------------------

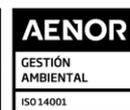
El claustro de profesorado oscila entre los 90 y 100 profesores, teniendo en cuenta aquellos que presentan jornada completa y quienes no. Sus especialidades son muy diversas para poder atender así a las diferentes enseñanzas y la formación del alumnado. Si algo caracteriza al claustro de profesorado del centro es su constante deseo de mejora en la práctica educativa y en la formación del alumnado. De ahí que en el centro se lleven a cabo distintos Planes y Programas, tal y como está recogido en el Plan de Centro, que vienen a contribuir y desarrollar la formación de nuestro alumnado e inciden en su formación integral desde las diferentes áreas/materias/módulos. Entre ellos, destaca el Programa de trabajo CIMA que se está trabajando desde el año pasado, con diferentes líneas de actuación como son: Promoción de hábitos de vida saludable; Educación ambiental para la sostenibilidad: STEAM; Arte, cultura y creatividad; Innovación social y educación para el desarrollo y Educomunicación. En el centro todas las líneas de trabajo se relacionan para conseguir una serie de proyectos interdisciplinares que redunden en el desarrollo competencial del alumnado. Cada materia participa de una manera u otra desde su perspectiva y mostrando interés por todas las actividades que se proponen.

Además de este Programa, se desarrollan otros como Transformación Digital Educativa, Bibliotecas escolares, Escuela, espacio de Paz, Plan de igualdad de género, Erasmus Plus, Bienestar emocional, diferentes proyectos de Investiga y descubre, , ...

La biblioteca de centro es también un elemento vertebrador que aglutina todas las tendencias del CIMA y otros planes y proyectos como espacio de referencia, siendo un foco de difusión cultural y desarrollo de actividades educativas que afectan no solo al alumnado del centro de las diferentes enseñanzas sino a toda la comunidad educativa y, si cabe, a la localidad, puesto que se han desarrollado actividades intercentros y de colaboración con otras entidades, así como la consecución y reconocimiento de la labor llevada a cabo con premios en distintos concursos en los que se ha participado.

El alumnado del centro es un alumnado heterogéneo, como ya se ha dicho antes, con edades e intereses distintos y de nivel socioeconómico y cultural medio. En enseñanzas postobligatorias como Formación Profesional contamos con que gran parte del alumnado procede de los pueblos de alrededor, lo cual da posibilidad al centro y a las diferentes familias profesionales, con establecer redes de colaboración con empresas e instituciones de otras localidades. En otras enseñanzas, como Bachillerato, y en concreto en la modalidad de Artes plásticas, Imagen y Sonido, son también de diferentes localidades vecinas los alumnos que en él están matriculados.

La diversidad de intereses del alumnado, así como la heterogeneidad en cuanto a sus capacidades y destrezas es una realidad, por tanto, en nuestro centro. Desde el departamento de Orientación, tal y como está recogido en el Plan de centro, se dan pautas y se llevan a cabo actuaciones con los equipos educativos de los diferentes cursos y etapas para que el proceso de enseñanza y aprendizaje sea lo más adecuado y personalizado posible teniendo en cuenta las peculiaridades de cada alumno y sus necesidades, llevando a cabo programas de refuerzo, adaptaciones curriculares o programas específicos, entre otros, cuando procede. A ello contribuyen los diferentes miembros que forman dicho departamento como las profesoras de Pedagogía Terapéutica o Audición y Lenguaje y todo el equipo



MATERIA: Comunicación Empresarial y Atención al Cliente	NIVEL: 1GMGA	CURSO: 24-25
--	---------------------	---------------------

educativo del alumnado, encabezado por su tutor/a. Además, hay que tener en cuenta otras figuras que se han incorporado al centro en los últimos años como el Enfermero escolar o la Educadora social, que vienen a incidir en otros aspectos del ámbito personal y emocional del alumnado, muy importantes e íntimamente vinculados igualmente con su mejor rendimiento académico.

ANÁLISIS DEL ALUMNADO	
Número de alumnos	23 alumnos/as
Estudios Previos	<ul style="list-style-type: none"> - 2 alumnos/as provienen de Bachillerato sin titular. - 2 alumnos/as repiten 1º GMGA con varios módulos pendientes. - 1 alumno/a proviene de GM en Sistemas Microinformáticos de Redes sin titular. - 1 alumna proviene de una titulación universitaria. - 14 alumnos/as provienen de la ESO. - 3 alumnos/as de la ESO para adultos.
Otros aspectos de interés (Alumnado NEAE, repetidores, etc.)	<ul style="list-style-type: none"> - 2 alumnos/as con NEAE. - 2 alumnos/as repetidores.
VINCULACIÓN CON EL PLAN DE CENTRO	
Proyectos y Planes educativos del centro	Este módulo tiene especial relación con la línea de actuación "Emprendimiento educativo" del programa CIMA. Éste pretende incrementar la competencia emprendedora del alumnado.

2. PRESENTACIÓN DEL MÓDULO.

Ciclo Formativo:	GESTIÓN ADMINISTRATIVA
Módulo Profesional:	COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE.
Grupo:	1º GA
Horas del Módulo:	N.º horas: 128 ANUALES (4 HORAS SEMANALES; 32 SEMANAS)
Ud. Competencia asociadas	<ul style="list-style-type: none"> - Recepcionar y procesar las comunicaciones internas y externas (UC0975_2). - Gestionar el archivo en soporte convencional e informático (UC0978_2).
Normativa que regula el título	<ul style="list-style-type: none"> • Ley Orgánica 3/2022, de 31 de marzo, de ordenación e integración de la Formación Profesional. • Orden de 29 de septiembre de 2010, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía.



MATERIA: Comunicación Empresarial y Atención al Cliente	NIVEL: 1GMGA	CURSO: 24-25
--	---------------------	---------------------

	<ul style="list-style-type: none"> • R.D. 1631/2009, de 30 de octubre, por el que se establece el título de Técnico en Gestión Administrativa y se fijan sus enseñanzas mínimas. • Orden de 21 de febrero de 2011, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico en Gestión Administrativa. • Real Decreto 659/2023, de 18 de julio, por el que se desarrolla la ordenación del Sistema de Formación Profesional. • Real Decreto 658/2024, de 9 de julio, por el que se modifican el Real Decreto 132/2010, de 12 de febrero, por el que se establecen los requisitos mínimos de los centros que impartan las enseñanzas del segundo ciclo de la educación infantil, la educación primaria y la educación secundaria, y el Real Decreto 659/2023, de 18 de julio, por el que se desarrolla la ordenación del Sistema de Formación Profesional. • R.D. 499/2024, de 21 de mayo, por el que se modifican determinados reales decretos por los que se establecen títulos de Formación Profesional de grado medio y sus enseñanzas mínimas. • Resolución de 26 junio de 2024, de la Dirección General de Formación Profesional, por la que se dictan Instrucciones para regular aspectos relativos a la organización y al funcionamiento del curso 2024/2025 en la Comunidad Autónoma de Andalucía.
<p>Profesor</p>	<p>Especialidad: Gestión Administrativa. Nombre: Nicolás de Bari Gálvez Moral.</p>

3. OBJETIVOS GENERALES RELACIONADOS CON EL MÓDULO.

1. a) Analizar el flujo de información y la tipología y finalidad de los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa, para tramitarlos.
2. b) Analizar los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa, reconociendo su estructura, elementos y características para elaborarlos.
3. d) Analizar las posibilidades de las aplicaciones y equipos informáticos, relacionándolas con su empleo más eficaz en el tratamiento de la información para elaborar documentos y comunicaciones.
4. e) 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.



5. f) 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.

6. ñ) 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.

4. COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES.

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

b) Elaborar documentos y comunicaciones a partir de órdenes recibidas o información obtenida. (C. Prof.)

c) Clasificar, registrar y archivar comunicaciones y documentos según las técnicas apropiadas y los parámetros establecidos en la empresa. (C. Prof.)

i) 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. (C. Prof.)

m) Mantener el espíritu de innovación, de mejora de los procesos de producción y de actualización de conocimientos en el ámbito. (C. Pers.)

p) Participar en las actividades de la empresa con respeto y actitudes de tolerancia. (C. Soc.)

q) Adaptarse a diferentes puestos de trabajo y nuevas situaciones laborales, originados por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos. (C. Pers.)

r) Participar en el trabajo en equipo respetando la jerarquía definida en la organización. (C. Soc.)

5. RESULTADOS DE APRENDIZAJE (RELACIONADAS CON EL MÓDULO) //CRITERIOS DE EVALUACIÓN

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	VALORACIÓN
1.- Selecciona técnicas de comunicación, relacionándolas con la estructura e imagen de la empresa y los flujos de información existentes en ella		12,5%
	a) Se ha reconocido la necesidad de comunicación entre las personas.	11,11%
	b) Se ha distinguido entre comunicación e información.	11,11%
	c) Se han distinguido los elementos y procesos que intervienen en la comunicación	11,11%
	d) Se han reconocido los obstáculos que pueden existir en un proceso de comunicación.	11,11%



MATERIA: Comunicación Empresarial y Atención al Cliente	NIVEL: 1GMGA	CURSO: 24-25
--	---------------------	---------------------

	e) Se ha determinado la mejor forma y actitud a la hora de presentar el mensaje.	11,11%
	f) Se han identificado los conceptos de imagen y cultura de la empresa.	11,11%
	g) Se han diferenciado los tipos de organizaciones y su organigrama funcional.	11,11%
	h) Se han distinguido las comunicaciones internas y externas y los flujos de información dentro de la empresa	11,11%
	i) Se ha seleccionado el destinatario y el canal adecuado para cada situación	11,11%

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	VALORACIÓN
2.- Transmite información de forma oral, vinculándola a los usos y costumbre socio profesionales habituales en la empresa.		12,5%
	a) Se han identificado los principios básicos a tener en cuenta en la comunicación verbal.	10%
	b) Se ha identificado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales.	10%
	c) Se han tenido en cuenta las costumbres socioculturales y los usos empresariales.	10%
	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.	10%
	e) Se ha elaborado el mensaje verbal, de manera concreta y precisa, valorando las posibles dificultades en su transmisión.	10%
	f) Se ha utilizado el léxico y expresiones adecuados al tipo de comunicación y a los interlocutores.	10%
	g) Se ha presentado el mensaje verbal elaborado utilizando el lenguaje no verbal más adecuado.	10%
	h) Se han utilizado equipos de telefonía e informáticos aplicando las normas básicas de uso.	10%
	i) Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y sensibilidad.	10%
j) Se han analizado los errores cometidos y propuesto las acciones correctivas necesarias.	10%	

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	VALORACIÓN
3.- Transmite información escrita, aplicando las técnicas de estilo a diferentes tipos de documentos propios de la empresa y de la Administración Pública.		12,5%
	a) Se han identificado los soportes para elaborar y transmitir los documentos: tipo de papel, sobres y otros.	9,10%
	b) Se han identificado los canales de transmisión: correo convencional, correo electrónico, fax, mensajes cortos o similares.	9,10%
	c) Se han diferenciado los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad, y confidencialidad.	9,10%
	d) Se ha identificado al destinatario observando las debidas normas de protocolo.	9,10%



MATERIA: Comunicación Empresarial y Atención al Cliente	NIVEL: 1GMGA	CURSO: 24-25
--	---------------------	---------------------

	e) Se han clasificado las tipologías más habituales de documentos dentro de la empresa según su finalidad.	9,10%
	f) Se ha redactado el documento apropiado, cumpliendo las normas ortográficas y sintácticas en función de su finalidad y de la situación de partida.	9,10%
	g) Se han identificado las herramientas de búsqueda de información para elaborar la documentación.	9,10%
	h) Se han utilizado las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos o autoedición.	9,10%
	i) Se han cumplimentado los libros de registro de entrada y salida de correspondencia y paquetería en soporte informático y/o convencional.	9,10%
	j) Se ha utilizado la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos establecidos para las empresas e instituciones públicas y privadas.	9,10%
	k) Se han aplicado, en la elaboración de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).	9,10%

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	VALORACIÓN
		12,5%
4.- Archiva información en soporte papel e informático, reconociendo los criterios de eficiencia y ahorro en los trámites administrativos.	a) Se ha descrito la finalidad de organizar la información y los objetivos que se persiguen.	10%
	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	10%
	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.	10%
	d) Se han identificado las principales bases de datos de las organizaciones, su estructura y funciones	10%
	e) Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiados al tipo de documentos.	10%
	f) Se han realizado árboles de archivos informáticos para ordenar la documentación digital.	10%
	g) Se han aplicado las técnicas de archivo en los intercambios de información telemática (intranet, extranet, correo electrónico).	10%
	h) Se han reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación y detectado los errores que pudieran producirse en él.	10%
	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.	10%
	j) Se han aplicado, en la elaboración y archivo de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).	10%



MATERIA: Comunicación Empresarial y Atención al Cliente

NIVEL: 1GMGA

CURSO: 24-25

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	VALORACIÓN
5.- Reconoce necesidades de posibles clientes aplicando técnicas de comunicación.		12,5%
	a) Se han desarrollado técnicas de comunicación y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente en situaciones de atención/asesoramiento al mismo.	11,11%
	b) Se han identificado las fases que componen el proceso de atención al cliente/consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación.	11,11%
	c) Se han reconocido los errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente.	11,11%
	d) Se ha identificado el comportamiento del cliente.	11,11%
	e) Se han analizado las motivaciones de compra o demanda de un servicio del cliente.	11,11%
	f) Se ha obtenido, en su caso, la información histórica del cliente.	11,11%
	g) Se ha adaptado adecuadamente la actitud y discurso a la situación de la que se parte.	11,11%
	h) Se ha observado la forma y actitud adecuadas en la atención y asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado.	11,11%
	i) Se han distinguido las distintas etapas de un proceso comunicativo.	11,11%

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	VALORACIÓN
6.-Atiende consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes aplicando la normativa vigente en materia de consumo.		12,5%
	a) Se han descrito las funciones del departamento de atención al cliente en empresas.	10%
	b) Se ha interpretado la comunicación recibida por parte del cliente.	10%
	c) Se han identificado los elementos de la queja/reclamación.	10%
	d) Se han reconocido las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/reclamaciones.	10%
	e) Se ha identificado y localizado la información que hay que suministrar al cliente.	10%
	f) Se han utilizado los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones.	10%
	g) Se ha cumplimentado, en su caso, un escrito de respuesta utilizando medios electrónicos u otros canales de comunicación.	10%
	h) Se ha reconocido la importancia de la protección del consumidor.	10%
	i) Se ha identificado la normativa en materia de consumo.	10%
j) Se han diferenciado los tipos de demanda o reclamación.	10%	

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	VALORACIÓN
7.- Potencia la imagen de empresa		12,5%



MATERIA: Comunicación Empresarial y Atención al Cliente	NIVEL: 1GMGA	CURSO: 24-25
--	---------------------	---------------------

reconociendo y aplicando los elementos y herramientas del marketing	a) Se ha identificado el concepto de marketing.	14,29%
	b) Se han reconocido las funciones principales del marketing.	14,29%
	c) Se ha valorado la importancia del departamento de marketing.	14,29%
	d) Se han diferenciado los elementos y herramientas básicos que componen el marketing.	14,29%
	e) Se ha valorado la importancia de la imagen corporativa para conseguir los objetivos de la empresa.	14,29%
	f) Se ha valorado la importancia de las relaciones públicas y la atención al cliente para la imagen de la empresa.	14,29%
	g) Se ha identificado la fidelización del cliente como un objetivo prioritario del marketing.	14,29%

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	VALORACIÓN
8.- Aplica procedimientos de calidad en la atención al cliente identificando los estándares establecidos.		12,5%
	a) Se han identificado los factores que influyen en la prestación del servicio al cliente.	10%
	b) Se han descrito las fases del procedimiento de relación con los clientes.	10%
	c) Se han descrito los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio.	10%
	d) Se ha valorado la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos.	10%
	e) Se han detectado los errores producidos en la prestación del servicio.	10%
	f) Se ha aplicado el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas.	10%
	g) Se ha explicado el significado e importancia del servicio posventa en los procesos comerciales.	10%
	h) Se han definido las variables constitutivas del servicio posventa y su relación con la fidelización del cliente.	10%
	i) Se han identificado las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio postventa.	10%
j) Se han descrito los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio postventa, así como sus fases y herramientas.	10%	



6. RELACIÓN DE UNIDADES DE TRABAJO CON BLOQUES TEMÁTICOS Y TEMPORALIZACIÓN

	BLOQUE TEMÁTICO	UNIDAD DE TRABAJO	TÍTULO	TEMPORALIZACIÓN
1ª EVALUACIÓN	I	1	La comunicación en la empresa	18
	V	2	Detección de las necesidades del cliente y de su satisfacción.	19
	VII	3	Potenciación de la imagen empresarial.	19
	Nº DE HORAS DE PRÁCTICAS EN EL INSTITUTO			56
	Nº DE HORAS DE FORMACIÓN DUAL EN EMPRESA			0
2ª EVALUACIÓN	III	4	Comunicación escrita	16
	III	5	Tratamiento de la correspondencia y paquetería	4
	IV	6	Archivo y clasificación de documentos	6
	II	7	La comunicación presencial	14
	II	8	Comunicación telefónica	4
	IV	6	Archivo y clasificación de documentos	4
	Nº DE HORAS DE PRÁCTICAS EN EL INSTITUTO			40
	Nº DE HORAS DE FORMACIÓN DUAL EN EMPRESA			8
3ª EVALUACIÓN	IV	6	Archivo y clasificación de documentos	4
	II	7	La comunicación presencial	6
	II	8	Comunicación telefónica	6
	VI y VIII	9	Atención de sugerencias, quejas y reclamaciones.	8
	Nº DE HORAS DE PRÁCTICAS EN EL INSTITUTO			8
	Nº DE HORAS DE FORMACIÓN DUAL EN EMPRESA			16
TOTAL HORAS:				132



7. DESARROLLO DE UNIDADES DE TRABAJO, CONTENIDO Y FORMACIÓN EN EMPRESAS. (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 comunicación en la empresa (Objetivo: a,ñ; Competencia: a,m,r)	1 12,5 %	a,b,c,d,e,f,g,h,i
<p><u>Contenidos desarrollados</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. La empresa y su organización. 2. La información en la empresa. 3. El proceso de comunicación. 4. La comunicación en la empresa. 5. La eficacia de la comunicación. <p><u>Destrezas a trabajar</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificación de distintos tipos de organizaciones y su organigrama funcional. • Reconocimiento de los elementos y procesos que intervienen en la comunicación. • Identificación de los flujos de información dentro de la empresa. • Detección de los obstáculos que pueden existir en un proceso de comunicación. • Valorar la importancia de la comunicación en la empresa. • Valorar la importancia de la necesidad de comunicación entre los miembros de una organización. <p>Las <u>líneas de actuación en el proceso enseñanza-aprendizaje</u> que permiten alcanzar los objetivos de la unidad versarán sobre:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 esta. 		

	RA	CE
2.- Detección de las necesidades del cliente y de su satisfacción (Objetivo: ñ; Competencia: c,m,p,q)	5 12,5%	a,b,c,d,e, f,g,h,i,j
<p><u>Contenidos desarrollados</u></p>		



MATERIA: Comunicación Empresarial y Atención al Cliente

NIVEL: 1GMGA

CURSO: 24-25

1. El cliente y su importancia para la empresa.
2. Las motivaciones del cliente y el proceso de compra.
3. Elementos de la atención al cliente.
4. El departamento de atención al cliente.
5. Comunicación y asesoramiento en la atención al cliente.
6. Satisfacción y calidad.
7. Evaluación del servicio y fidelización del cliente.

Destrezas a trabajar

- Análisis de los factores que influyen en el comportamiento de un cliente tipo.
- Análisis del proceso de compra desarrollado por un cliente tipo.
- Desarrollo adecuado del proceso comunicativo de atención a un cliente tipo.
- Tratamiento adecuado de las anomalías detectadas en el servicio.
- Importancia del conocimiento del cliente para lograr su fidelización.
- Importancia del departamento de atención al cliente para la satisfacción de la clientela.
- Relevancia de la satisfacción global de la clientela para el futuro de la empresa

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

- La aplicación de técnicas de comunicación adecuadas a cada situación concreta.
- El apoyo administrativo a los departamentos de Atención al Cliente y Marketing.
- El seguimiento de clientes y control del servicio postventa.

	RA	CE
3.- Potenciación de la imagen empresarial (Objetivo: ñ; Competencia: i,m,p,r)	7	a,b,c,d,e,
	12,5%	f,g.

Contenidos desarrollados

1. La función comercial de la empresa.
2. Marketing: concepto y niveles de desarrollo.
3. Implantación del plan de marketing.
4. El producto y sus estrategias.
5. El precio y sus estrategias.
6. El acercamiento físico al cliente: la distribución.
7. Estrategias de comunicación con el cliente.
8. Imagen y cultura de empresa: responsabilidad social corporativa.



Destrezas a trabajar

- Cálculo de la demanda potencial, demanda de empresa, demanda total y cuota de mercado en situaciones reales
- Diferenciación de los distintos elementos, atributos y dimensiones de un producto
- Correcta aplicación práctica de las distintas estrategias de marca y precio.
- Elección adecuada del canal de distribución a utilizar en la comercialización de un determinado producto.
- Correcta aplicación práctica de las distintas estrategias de distribución y comunicación.
- Detección de los intereses de cada stakeholder en una empresa tipo.
- Valorar la importancia del departamento comercial para el éxito empresarial.
- Valor de la imagen empresarial y la cultura empresarial como medio de satisfacción de las necesidades y deseos de la clientela

Las líneas de actuación en el proceso enseñanza-aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos de la unidad 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 esta.
- El apoyo administrativo a los departamentos de Atención al Cliente y Marketing.

	RA	CE
4.- Comunicación escrita	3	a,b,c,d,e,
(Objetivo: b,d,e; Competencia: a,b,m,p,r)	9,09 %	f,g,h,
<u>Contenidos desarrollados</u>		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Los elementos de la comunicación escrita. 2. La redacción de escritos. 3. Documentos propios de la empresa y de la Administración Pública. 4. Los soportes para elaborar y transmitir documentos. 5. Los canales de transmisión de documentos. 6. Herramientas de búsqueda de información. 7. Aplicaciones informáticas de procesamiento de textos. 		
<u>Destrezas a trabajar</u>		



- Distinguir las características propias de la comunicación oral y escrita
- Usar correctamente el lenguaje al redactar documentos escritos
- Aplicar los principios fundamentales de redacción en la elaboración de documentos escritos
- Usar adecuadamente las normas de protocolo en la redacción de documentos escritos
- Elaborar documentos escritos aplicando un uso correcto del lenguaje.
- Elaborar documentos escritos en los que se cumplan las normas de estilo y presentación
- Usar adecuadamente cada tipo de documento en función a su finalidad, cumpliendo con las normas de estilo y presentación estudiadas

Las líneas de actuación en el proceso enseñanza-aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos de la unidad 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 esta.
- La elaboración de cartas comerciales y otros documentos administrativos.

	RA	CE
5.- El tratamiento de la correspondencia y paquetería	3	h,i,j
(Objetivo:a,f; Competencia: a,m,p,q,r)	3,41 %	

Contenidos desarrollados

1. La circulación de la correspondencia en entidades privadas y públicas.
2. Los servicios de correspondencia y paquetería.
3. Los medios telemáticos: funciones y procedimientos.
4. Las normas de seguridad y confidencialidad de la correspondencia.

Destrezas a trabajar

- Registrar, clasificar y distribuir correctamente la correspondencia de entrada en la empresa
- Recoger, registrar y enviar correctamente la correspondencia de salida de la empresa
- Distinguir los principales servicios y tipos de envío de correspondencia y paquetería disponibles en el mercado
- Valorar la importancia de la sistematicidad y el orden en el tratamiento de los distintos tipos de correspondencia
- Valorar la importancia del derecho a la intimidad personal de los ciudadanos en su correspondencia
- Valorar la importancia de respetar la confidencialidad de los documentos empresariales, valorando la repercusión de un posible incumplimiento.



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

- El registro de la documentación, tanto la recibida como la emitida.

	RA	CE
6.- Archivo y clasificación de documentos (Objetivo: d,f; Competencia: c,m,p,q)	4	a,b,c,d,e,
	12,5 %	f,g,h,i,j

Contenidos desarrollados

1. El archivo: concepto y finalidad.
2. Tipos de archivos empresariales.
3. Sistemas de clasificación de documentos.
4. Archivo de documentos en formato papel.
5. Archivo informático de datos.
6. Soportes y materiales de archivo.
7. La protección de la información: la LOPD

Destrezas a trabajar

- Clasificar y ordenar adecuadamente los principales documentos empresariales en función del sistema de clasificación más adecuado al caso
- Aplicar convenientemente los procedimientos de gestión de documentación, según su vida útil.
- Aplicación de la Ley Orgánica de Protección de Datos (LOPD) en la labor de archivo
- Valorar la sistematicidad en el desarrollo de labores de archivo.
- Valorar la importancia del archivo para la obtención de información empresarial y para la posterior toma de decisiones.
- Importancia de la aplicación de las técnicas 3R en la labor de archivo.
- Sensibilizar sobre los riesgos que tiene para una empresa no proteger convenientemente los datos personales archivados.

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

- El archivo de la documentación aplicando soporte papel e informático.



	RA	CE
7.- Comunicación presencial (Objetivo: a,b,ñ; Competencia: a,b,m,p,r)	2 6,25 %	a,b,c,d,e, f,g,h,i,j
<p><u>Contenidos desarrollados</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. La comunicación presencial: elementos y situaciones. 2. Técnicas de comunicación presencial. 3. La comunicación no verbal. 4. Las costumbres socioculturales y los usos empresariales. 5. Los criterios de calidad en la comunicación presencia <p><u>Destrezas a trabajar</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaboración del mensaje verbal en la comunicación presencial. • Adaptación de la comunicación al interlocutor. • Utilización del protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales. • Identificación de las posibles dificultades de transmisión. • Análisis de errores cometidos y propuesta de correcciones. • Valorar la importancia de que la transmisión oral se realice con claridad, de forma estructurada, con precisión, cortesía, respeto y sensibilidad. • Valoración del uso del léxico y expresiones adecuadas en las comunicaciones. <p>Las <u>líneas de actuación en el proceso enseñanza-aprendizaje</u> que permiten alcanzar los objetivos de la unidad versarán sobre:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 esta. 		

	RA	CE
8.- Comunicación telefónica (Objetivo: b,ñ; Competencia: a,b,m,p,q)	2 6,25 %	a,b,c,d,e, f,g,h,i,j
<p><u>Contenidos desarrollados</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. El proceso de comunicación telefónica. 2. Los equipos y medios más habituales en las comunicaciones telefónicas. 3. Los protocolos de tratamiento. 		



MATERIA: Comunicación Empresarial y Atención al Cliente

NIVEL: 1GMGA

CURSO: 24-25

4. Los usos habituales del teléfono en la empresa.
5. Los modelos básicos de comunicación telefónica:
6. barreras y dificultades.
7. La seguridad, registro y confidencialidad de las llamadas telefónicas.

Destrezas a trabajar

- Elaboración del mensaje verbal.
- Adaptación de la comunicación telefónica.
- Utilización del protocolo de comunicación verbal y no verbal.
- Identificación de las posibles dificultades de transmisión.
- Análisis de errores cometidos y propuesta de correcciones.
- Importancia de que la transmisión de la información se realice con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y sensibilidad.
- Valoración del uso del léxico y expresiones adecuadas en las comunicaciones telefónicas.
- Valorar la importancia de la confidencialidad de las llamadas telefónicas.

Las líneas de actuación en el proceso enseñanza-aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos de la unidad 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 esta.
- La utilización de equipos de telefonía e informáticos, aplicando las normas básicas de uso.

	RA	CE
9.- Atención de sugerencias, quejas y reclamaciones	6 (12,5 %)	a,b,c,d,e,f,g,h,i,j
(Objetivo: a,ñ; Competencia: c,m,p,q)	8 (12,5 %)	a,b,c,d,e,f,g,h,i,j

Contenidos desarrollados

1. La valoración de la atención recibida.
2. Los elementos de la reclamación.
3. La gestión de reclamaciones.
4. El consumidor y su protección.
5. Instituciones y organismos de consumo.
6. El proceso de resolución de una reclamación ante la Administración.

Destrezas a trabajar

- Diferenciar las distintas opiniones de los clientes sobre el servicio recibido.



- Correcta elaboración de una reclamación.
- Correcta presentación de una reclamación.
- Tramitar correctamente una reclamación recibida.
- Correcta tramitación administrativa de una hoja de reclamaciones.
- Valorar la satisfacción de la clientela con el servicio recibido.
- Valorar las opiniones negativas de los clientes para la implementación de procesos de mejora
- Concienciar sobre los derechos que todo consumidor tiene y los mecanismos de actuación públicos y privados a su disposición.

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

- La aplicación de técnicas de comunicación adecuadas a cada situación concreta.
- La atención y tramitación de consultas, quejas y reclamaciones.
- El seguimiento de clientes y control del servicio postventa.

RELACIÓN DE RA Y CE CON FORMACIÓN EN EL CENTRO Y EN EMPRESA

Formación Inicial en el Centro Educativo (L-M-X-J-V)	Centro Educativo en alternancia (Ninguno)	Empresa en alternancia (L-M-X-J-V)
RA 1. CE: a,b,c,d,e,f,g,h,i.	-	RA 2. CE: a,b,c,d,e,f,g,h,i,j.
RA 2. CE: a,b,c,d,e,f,g,h,i,j.	-	RA 4. CE: a,b,c,d,e,f,g,h,i,j.
RA 3. CE: a,b,c,d,e,f,g,h,i,j,k.		
RA 4. CE: a,b,c,d,e,f,g,h,i,j.		
RA 5. CE: a,b,c,d,e,f,g,h,i.		
RA 6. CE: a,b,c,d,e,f,g,h,i,j.		
RA 7. CE: a,b,c,d,e,f,g.		
RA 8. CE: a,b,c,d,e,f,g,h,i,j.		



MATERIA: Comunicación Empresarial y Atención al Cliente	NIVEL: 1GMGA	CURSO: 24-25
--	---------------------	---------------------

ACTIVIDAD DEL MÓDULO A REALIZAR EN LA EMPRESA

ACTIVIDAD Nº 1	DESGLOSE DE LA TAREA	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
Archivar documentación	- Identificar y distinguir la documentación a archivar (cartas, nóminas, facturas, documentación bancaria, etc.).	RA 4	d), e), f), h)
	- Relacionar el tipo de documento a archivar con el departamento o área de la empresa implicada.	RA 4	b)
	- Determinar el sistema de clasificación, registro y archivo para cada tipo de documento.	RA 4	a), b), c), d), e), f), g), h)
	- Archivar la documentación para su custodia en formato digital o convencional.	RA 4	b), c), d), e), f), g), h), i)
	- Eliminar y/o reutilizar la documentación innecesaria.	RA 4	c), h), j)
	- Registrar la documentación a archivar.	RA 4	a), b), c), d), e), g)
	- Buscar y consultar documentación ya archivada siguiendo el procedimiento de consulta y conservación aplicado en la empresa.	RA 4	h)



MATERIA: Comunicación Empresarial y Atención al Cliente	NIVEL: 1GMGA	CURSO: 24-25
--	---------------------	---------------------

ACTIVIDAD Nº 2	DESGLOSE DE LA TAREA	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
Atender al cliente y transmitir la información	- Elaborar el mensaje verbal de manera concreta y precisa.	RA 2	a), e), f), g), i), j)
	- Presentar el mensaje verbal elaborado utilizando el lenguaje no verbal más adecuado.	RA 2	a), j)
	- Aplicar las debidas normas de protocolo (en las presentaciones, tratamientos y costumbres socioculturales) al atender a un cliente.	RA 2	b), j)
	- Adaptar su imagen personal a la cultura de la empresa.	RA 2	c), g), j)
	- Poner en práctica las habilidades sociales necesarias para una buena atención al cliente (capacidad de resumir, escucha activa, empatía, habilidad para formular preguntas, asertividad, inteligencia emocional, capacidad de negociación y credibilidad).	RA 2	i), j)
	- Identificar al interlocutor y adapta su actitud y conversación a la situación de la que se parte.	RA 2	d), j)
	- Resolver de manera autónoma la demanda del cliente o, si es el caso, derivar adecuadamente al superior responsable dando la información captada.	RA 2	a), b), c), d), e), f), g), h), i), j)
	- Utilizar equipos de telefonía e informáticos en comunicaciones no presenciales, aplicando las normas de uso.	RA 2	h), j)
- Tener en cuenta los usos y costumbres socioprofesionales habituales en la empresa.	RA 2	c), j)	

8. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS.

8.1. Aportación al Proyecto Lingüístico del centro (PLC)

Desde el módulo de Comunicación Empresarial y Atención al Cliente se promoverá la lectura de textos relacionados con el módulo. Además, se realizarán actividades que fomenten buenas prácticas comunicativas que contribuyan al desarrollo crítico de nuestro alumnado. También, debido a que son



MATERIA: Comunicación Empresarial y Atención al Cliente	NIVEL: 1GMGA	CURSO: 24-25
--	---------------------	---------------------

objetivos generales del módulo, se realizarán actividades que promuevan buenas prácticas comunicativas, tanto por escrito como oralmente.

8.2. 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. Además, se usarán las metodologías interdisciplinares, estableciendo conexiones con otros módulos del mismo ciclo, como por ejemplo con Tratamiento Informático de la Información.

La metodología que se propone es la siguiente:

1. Presentación del módulo, explicando sus características, los contenidos, los resultados del aprendizaje que deben adquirir los alumnos/as y 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, lectura de noticias, que ayuden a asimilar mejor los contenidos tratados.
4. Al finalizar cada unidad de trabajo, se propondrá a los alumnos la resolución de actividades de enseñanza-aprendizaje, que faciliten la mejor comprensión del tema propuesto, así como debates, discusiones, aplicaciones prácticas, presentaciones, etc., para vencer la timidez o el miedo al ridículo.

Dada la vinculación que tiene el Centro con la lectura y la CCL, una 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 se fomentará la lectura de artículos de la actualidad económica, relacionados con el tema propuesto.

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, que como su nombre indica, va a estar orientada a alcanzar los objetivos generales del ciclo y las competencias signadas a este módulo.



Para valorar si los estudiantes han conseguido los criterios de evaluación (y, por consiguiente, los resultados de aprendizaje asociados) utilizaremos las siguientes técnicas e instrumentos de evaluación:

TÉCNICAS DE EVALUACIÓN	INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN
Análisis de producciones del alumnado	Portafolio digital (Google Drive) <ul style="list-style-type: none"> ○ Trabajos y actividades. ○ Trabajos de investigación. ○ Flipped Classroom. ○ Proyectos.
Pruebas específicas	<ul style="list-style-type: none"> - Pruebas escritas con preguntas abiertas. - Presentaciones orales. - Dramatización de situaciones. - Grabaciones de audio y vídeo.

Mediante estos instrumentos, evaluaremos el grado de consecución de los distintos resultados de aprendizaje y el desarrollo de las distintas competencias profesionales, personales y sociales asociadas al módulo. En el cuaderno del profesor se anotará, por alumno/a, las valoraciones de las pruebas, de los trabajos o proyectos, etc.

9. MATERIALES DIDÁCTICOS.

LIBRO DE TEXTO:

Título COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCION AL CLIENTE

Autor: Juan Manuel Ariza Ramírez y Francisco Javier Ariza Ramírez.

Editorial MCGRAW-HILL

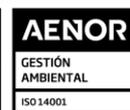
Edición: 2024.

ISBN: 978-84-486-4207-5

Material facilitado por el profesor. Apuntes, presentaciones multimedia y recursos digitales

9.1. OTROS RECURSOS Y MATERIALES:

El desarrollo de los procesos de enseñanza-aprendizaje de este módulo requiere de la disposición de los siguientes materiales y recursos didácticos:



*** Ambientales**

- Aula de gestión o polivalente.
- Aula de informática y mecanografía.
- Biblioteca del centro.
- 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 trabajarán la proyección de películas, ejercicios interactivos y 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.).

10.EVALUACIÓN: CRITERIOS DE CALIFICACIÓN, PONDERACIÓN DE RESULTADOS DE APRENDIZAJE, HERRAMIENTAS Y RECUPERACIÓN

10.1. Criterios de calificación.

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.

Indicar que los Resultados de Aprendizaje 2 y 4 del módulo serán evaluados por el tutor laboral de la empresa u organismo equiparado donde el alumno/a realice la formación en la empresa.



Para el alumnado 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 clase, que no será anterior al día 22 de junio de cada año.

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 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 de este módulo se obtendrá de la media aritmética de las calificaciones de los resultados de aprendizaje. La calificación de los resultados de aprendizaje será la media aritmética de la calificación alcanzada en los criterios de evaluación. Se considerará que el estudiante ha superado un resultado de aprendizaje cuando obtenga una calificación de al menos un cinco. Para que el alumnado supere el módulo tendrá que superar cada uno de los resultados de aprendizaje.

En las evaluaciones parciales, la calificación de cada estudiante surgirá de las calificaciones logradas en los resultados de aprendizaje trabajados en las mismas.

Si el estudiante consigue todos los resultados de aprendizaje, su calificación en la evaluación parcial será la media aritmética de dichos resultados, siempre que haya superado cada uno de los estos resultados de aprendizaje.

Sin embargo, si el estudiante no consigue alguno de los resultados de aprendizaje su calificación en la evaluación parcial será de un cuatro (aunque la media aritmética de los resultados de aprendizaje sea igual o superior a cinco).

Indiferentemente de la calificación obtenida en la evaluación parcial, se le informará al estudiante de los resultados de aprendizaje superados y no superados.

La calificación de la evaluación final será el resultado de la media aritmética de todos los resultados de aprendizaje (siempre que la calificación de cada uno de ellos sea de al menos un cinco). Sin embargo, si el alumno no supera alguno de los resultados de aprendizaje (a pesar de que la media aritmética sea igual o superior a un 5) su calificación será de 4.

Para justificar las faltas, se procederá a actuar conforme establece el centro: plazo máximo de 5 días lectivos desde su reincorporación al centro.

En el caso del alumnado mayor de edad, no será suficiente el documento general de justificación, sino que deberá de aportar el documento emitido por el Organismo correspondiente (asistencia médica, asistencia al Juzgado...).



La Orden de 29 de septiembre de 2010, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forman parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía, así como lo establecido en el Real Decreto 659/2023, de 18 de julio, por el que se desarrolla la ordenación del Sistema de Formación Profesional, han servido de base para establecer los criterios de calificación y evaluación del módulo.

En su artículo 2, la Orden de 29 de septiembre nombra las bases de la evaluación del alumnado:

- Evaluación continua.
- Enseñanza presencial.
- Evaluación por medio de los resultados de aprendizaje y los criterios de evaluación que dicta la Orden que regula el Ciclo.

Teniendo en cuenta que el CFGM en Gestión Administrativa pertenece a la oferta formativa de Grado D, y según lo establecido en **Artículo 18 "Aspectos comunes sobre evaluación y calificación."** del Real Decreto 659/2023:

- Como se indica en el punto 8 de este artículo "La calificación de los módulos profesionales y, en su caso, del proyecto **estará en función de la consecución de los resultados de aprendizaje**". **Por tanto, para superar el módulo deben superarse todos los RA con una calificación igual o superior a 5.**
- La calificación integrará la valoración del centro y de la empresa, y será responsabilidad final **del equipo docente y el centro de formación.**
- El tutor laboral valorará como **«superado» o «no superado»** cada resultado de aprendizaje y realizará una valoración **cualitativa** de la estancia del alumno o alumna. El profesor o profesora responsable de cada módulo profesional ajustará su evaluación, y posterior calificación, en **función del informe de la formación en empresa, la información aportada por el profesor responsable del seguimiento del alumno, y las actividades de seguimiento que el alumnado rellena y entrega semanalmente.**
- La calificación de los módulos profesionales se expresará en valores numéricos de 1 a 10, sin decimales. El redondeo se efectuará a la cifra entera inmediatamente superior. Cuando la cifra decimal sea igual o superior a 0.5 siempre que la nota del módulo sea superior a 5, excepto cuando la nota alcanzada no llegue a 5.
- Para superar el módulo, debe obtener una evaluación positiva de cada resultado de aprendizaje. **Se consideran positivas las puntuaciones iguales o superiores a cinco puntos** la calificación será un número entero sin decimales tanto en las evaluaciones informativas como en la evaluación final. y siempre y cuando la calificación global sea igual o superior a 5.



MATERIA: Comunicación Empresarial y Atención al Cliente	NIVEL: 1GMGA	CURSO: 24-25
--	---------------------	---------------------

- La nota final se obtendrá una vez evaluados todos los RESULTADOS DE APRENDIZAJE del módulo, y se calcula multiplicando la nota obtenida en cada Resultado de aprendizaje por la ponderación establecida en esta programación.
- Se evaluará la adquisición de los contenidos asociados a los resultados de aprendizaje a través del desarrollo de las **distintas unidades trabajo, prácticas y realización de estancia en empresa** atendiendo a los criterios de evaluación con su peso correspondiente.
- La calificación informativa trimestral corresponderá a la ponderación de los criterios de evaluación y RA impartidos y evaluadas hasta el momento de la evaluación.
- La valoración y/o nota de cada RA es resultado de:
 - Valorar de forma individual los conceptos teóricos alcanzados por el alumno/a, usando para ello pruebas de evaluación, actividades y/o trabajos.
 - Valorar los procesos mediante supuestos prácticos resueltos por el alumnado.
 - Observación del alumno con el fin de valorar el grado cumplimiento de la normativa establecida en el plan de centro.
 - Comprobar la destreza, conocimiento de procedimientos y desarrollo de los mismos mediante pruebas prácticas.
 - Realización de la estancia en la empresa
 - Nota **total del módulo vendrá determinada por la ponderación de los distintos RA que el profesor del módulo ha establecido en esta programación y queda reflejado en el cuadro del siguiente apartado.**

10.2. Ponderación de los Resultados de Aprendizaje y/o de los Criterios de evaluación.

Resultado Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Ponderación sobre la <u>nota final</u>	Unidades de trabajo	Evaluación
RA 1	a,b,c,d,e,f,g,h,i	12,5%	UT 1	1ª Eval
RA 2	a,b,c,d,e,f,g,h,i,j	6,25%	UT 7	2ª Eval 3ª Eval
RA 2	a,b,c,d,e,f,g,h,i,j	6,25%	UT 8	2ª Eval 3ª Eval
RA 3	a,b,c,d,e,f,g,h	9,09%	UT 4	2ª Eval
RA 3	i,j,k	3,41%	UT 5	2ª Eval
RA 4	a,b,c,d,e,f,g,h,i,j	12,5%	UT 6	2ª Eval
RA 5	a,b,c,d,e,f,g,h,i	12,5%	UT 2	1ª Eval
RA 6	a,b,c,d,e,f,g,h,i,j	12,5%	UT 9	3ª Eval
RA 7	a,b,c,d,e,f,g	12,5%	UT 3	1ª Eval
RA 8	a,b,c,d,e,f,g,h,i,j	12,5%	UT 9	3ª Eval



MATERIA: Comunicación Empresarial y Atención al Cliente	NIVEL: 1GMGA	CURSO: 24-25
--	---------------------	---------------------

10.3. Instrumentos.

Para valorar si los estudiantes han conseguido los criterios de evaluación (y, por consiguiente, los resultados de aprendizaje asociados) utilizaremos las siguientes técnicas e instrumentos de evaluación:

TÉCNICAS DE EVALUACIÓN	INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN
Análisis de producciones del alumnado	Portafolio digital (Google Drive) <ul style="list-style-type: none"> ○ Trabajos y actividades. ○ Trabajos de investigación. ○ Flipped Classroom. ○ Proyectos.
Pruebas específicas	<ul style="list-style-type: none"> - Pruebas escritas con preguntas abiertas. - Presentaciones orales. - Dramatización de situaciones. - Grabaciones de audio y vídeo.
Actividad en la empresa	<ul style="list-style-type: none"> - Informe del tutor laboral de la formación en la empresa. - Valoración cualitativa del tutor laboral.

Mediante estos instrumentos, evaluaremos el grado de consecución de los distintos resultados de aprendizaje y el desarrollo de las distintas competencias profesionales, personales y sociales asociadas al módulo. En el cuaderno del profesor se anotará, por alumno/a, las valoraciones de las pruebas, de los trabajos o proyectos, etc.

En la exposición de los trabajos, siempre que el proceso comunicativo en sí no sea el objeto de evaluación, se utilizará la siguiente rúbrica:

CATEGORÍA	4	3	2	1	0
Contenido	Demuestra un entendimiento del tema al 100%.	Demuestra un buen entendimiento del tema.	Demuestra un buen entendimiento de partes del tema.	No parece entender muy bien el tema.	No entiende el tema a tratar.



MATERIA: Comunicación Empresarial y Atención al Cliente	NIVEL: 1GMGA	CURSO: 24-25
--	---------------------	---------------------

Comprensión	El estudiante puede con precisión contestar todas las preguntas planteadas sobre el tema por sus compañeros de clase.	El estudiante puede con precisión contestar la mayoría de las preguntas planteadas sobre el tema por sus compañeros de clase.	El estudiante puede con precisión contestar a la mitad de las preguntas planteadas sobre el tema por sus compañeros de clase.	El estudiante no puede contestar a la mayor parte de las preguntas planteadas sobre el tema por sus compañeros de clase.	No es capaz de contestar ninguna de las preguntas planteadas.
Límite-Tiempo	La duración de la presentación es la indicada como ideal por el docente.	La duración de la presentación se excede o faltan 2 minutos de la indicada como ideal por el docente.	La duración de la presentación se excede o faltan 5 minutos de la indicada como ideal por el docente.	La duración de la presentación es inferior o superior a 7 minutos, de la indicada como ideal por el docente.	La duración de la presentación es inferior o superior a 10 minutos, de la indicada como ideal por el docente.
Apoyo	Los estudiantes usan varios apoyos (puede incluir vestuario) que demuestran considerable trabajo/creatividad y hacen la presentación mejor.	Los estudiantes usan apoyos que demuestran considerable trabajo/creatividad y hacen la presentación mejor.	Los estudiantes usan apoyos que mejoran, en cierta medida, la presentación.	El estudiante usa un apoyo mediocre o los apoyos escogidos restan valor a la presentación.	El estudiante no usa apoyo alguno.
Postura del Cuerpo y Contacto Visual	Tiene buena postura, se ve relajado y seguro de sí mismo. Establece contacto visual con todos en el aula durante la presentación.	Tiene buena postura y establece contacto visual con la mayor parte del público en el aula durante la presentación.	Algunas veces tiene buena postura y establece contacto visual.	Algunas veces tiene buena postura, pero no establece contacto visual.	Tiene mala postura y/o no mira a las personas durante la presentación.
Habla Claramente	Habla claramente y distintivamente todo el tiempo.	Habla claramente y distintivamente la mayor parte del tiempo (60-70%)	Habla claramente y distintivamente la mitad del tiempo.	A menudo habla entre dientes, haciendo difícil su comprensión.	No se le puede entender durante toda la presentación.
Volumen	El volumen es lo suficientemente alto para ser escuchado por todos los miembros de la	El volumen es lo suficientemente alto para ser escuchado por todos los miembros de la	El volumen es lo suficientemente alto para ser escuchado por todos los miembros de la	El volumen es medio, para ser escuchado por todos los miembros de la audiencia al	El volumen con frecuencia es muy débil para ser escuchado por todos los miembros de la



MATERIA: Comunicación Empresarial y Atención al Cliente	NIVEL: 1GMGA	CURSO: 24-25
--	---------------------	---------------------

	audiencia a través de toda la presentación.	audiencia al menos 90% del tiempo.	audiencia al menos el 70% del tiempo.	menos el 50% del tiempo.	audiencia.
--	---	------------------------------------	---------------------------------------	--------------------------	------------

En aquellos casos en los que el proceso comunicativo sea el objeto de evaluación, se utilizará una rúbrica específica para valorar el grado de consecución de los criterios de evaluación, resultados de aprendizaje y competencias correspondientes.

La aplicación del proceso de evaluación continua del alumnado requerirá su asistencia regular a clase y su participación en las actividades programadas para los distintos módulos profesionales del ciclo formativo.

10.4. Medidas de Recuperación

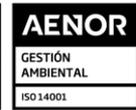
Como medida de apoyo al alumnado y para facilitar la superación de los módulos que le puedan resultar más complicados, este departamento ha establecido un sistema de recuperación consistente en una prueba de recuperación final. El contenido de la prueba será el necesario para recuperar aquellos criterios de evaluación o resultados de aprendizaje, no superados durante el curso.

11. 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.

12. 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.

Nuestra propuesta pretende que la vía principal de atención a la diversidad se encuentre en la programación, siendo sensible a las diferencias, que favorezca la individualización de la enseñanza y pueda permitir al profesor individualizar el proceso de enseñanza-aprendizaje.

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. De esta forma las adaptaciones que se puedan hacer permiten facilitar la evolución individualizada de cada alumno para que puedan cumplir los objetivos de forma diferente trabajando los mismos contenidos.

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 uno contenidos sobre otros.

Se realizarán, si fuera necesario, actividades diferentes para diferentes agrupamientos de alumnos, de forma que el profesor pueda atender a todos los alumnos, o que algunos alumnos puedan ser tutorados por sus propios compañeros, "técnica entre iguales."

12.1. 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.

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.



12.2. ACTUACIONES.

Tal como se ha comentado anteriormente, ante necesidades educativas especiales del alumnado, en Formación Profesional, 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.

13. 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 tratarse 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.