CICLO FORMATIVO DE GRADO MEDIO

DE

“GESTIÓN ADMINISTRATIVA”

MÓDULO DE

“**Comunicación empresarial y**

**atención al cliente**”

CURSO 2018/2019

ÍNDICE

[1. INTRODUCCIÓN 3](#_Toc464120514)

[2. OBJETIVOS 4](#_Toc464120515)

[3. CONTENIDOS 4](#_Toc464120516)

[3.1. CONTENIDOS MÍNIMOS 4](#_Toc464120517)

[3.2. CONTENIDOS POR UNIDADES 7](#_Toc464120518)

[4. TEMPORALIZACIÓN 13](#_Toc464120519)

[5. CRITERIOS DE EVALUACIÓN 14](#_Toc464120520)

[5.1. CRITERIOS DE EVALUACIÓN DEL MÓDULO 14](#_Toc464120521)

[5.2 CRITERIOS DE EVALUACIÓN MÍNIMOS 17](#_Toc464120522)

[6. METODOLOGÍA DIDÁCTICA 20](#_Toc464120523)

[7. PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN 20](#_Toc464120524)

[8. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN 21](#_Toc464120525)

[9. SISTEMA DE RECUPERACIÓN DE EVALUACIONES PENDIENTES 21](#_Toc464120526)

[10. SISTEMA DE EVALUACIÓN EXTRAORDINARIA 22](#_Toc464120527)

[11. ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD 22](#_Toc464120528)

[12. MATERIALES, TEXTOS Y RECURSOS DIDÁCTICOS 22](#_Toc464120529)

[13. PUBLICACIÓN DE ESTA PROGRAMACIÓN Y OTROS ASPECTOS DE INTERÉS 23](#_Toc464120530)

[14. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES 24](#_Toc464120531)

[15. MEDIDAS PARA EVALUAR LA PROGRAMACIÓN Y LA PRÁCTICA DOCENTE 24](#_Toc464120532)

# INTRODUCCIÓN

El módulo de **Operaciones Administrativas de Recursos Humanos** se encuentra dentro del título de **Técnico en Gestión Administrativa**, de grado medio y correspondiente a la familia Profesional de Administración, establecido por el [**R.D. 1631/2009, de 30 de octubre. (BOE 01/12/2009)**](http://www.madrid.org/fp/ense_fp/catalogo_LOE/pdf/ADGM01/titulo/RD20091631_T_Gestion_Administrativa.pdf)**.** Modificado por [**R.D. 1126/2010, de 10 de septiembre (BOE 11/09/2010)**](http://www.madrid.org/fp/ense_fp/catalogo_LOE/pdf/ADGM01/titulo/RD20101126_modifRD20091631_T_G_Administrativa.pdf)

El Currículo del ciclo formativo correspondiente a dicho título para su aplicación en el ámbito territorial de la Comunidad de Madrid, se establece por [**D 14/2010 (B.O.C.M. 15/04/2010)**](http://www.madrid.org/fp/ense_fp/catalogo_LOE/pdf/ADGM01/curriculo/D20100014_Gestion_Administrativa.pdf). Modificado por [**D. 5/2011, de 13 de enero (BOE 31/01/2011)**](http://www.madrid.org/fp/ense_fp/catalogo_LOE/pdf/ADGM01/curriculo/D20110005_modif_D20100014_T_G_A.pdf)

El título de Técnico en Gestión Administrativa queda identificado por los siguientes elementos:

Familia Profesional: Administración y Gestión.

Referente europeo: CINE-3 (Clasificación Internacional Normalizada de la Educación).

#### Plan de estudios

#### Duración: 2.000 horas en 2 cursos académicos, incluida la F.C.T.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Módulos Profesionales** | | **Horas curriculares** | **Curso 1º** | **Curso 2º** |
| **Clave** | **Denominación** |
| 01 | Comunicación empresarial y atención al cliente | 170 | 5 |  |
| 02 | Empresa y Administración | 110 | 3 |  |
| 03 | Formación y orientación laboral | 90 | 3 |  |
| 04 | Operaciones administrativas de la compra-venta | 135 | 4 |  |
| 05 | Inglés | 120 | 4 |  |
| 06 | Técnica contable | 105 | 3 |  |
| 07 | Tratamiento informático de la información | 270 | 8 |  |
| 08 | Empresa en el aula | 165 |  | 8 |
| 09 | Operaciones auxiliares de gestión de tesorería | 195 |  | 9 |
| 10 | Operaciones administrativas de recursos humanos | 125 |  | 6 |
| 11 | Tratamiento de la documentación contable | 145 |  | 7 |
| 12 | Formación en Centros de Trabajo | 370 |  |  |

#### El módulo de Comunicación empresarial y atención al cliente se imparte en primer curso y tiene una duración de 170 horas, repartidas en 5 horas a la semana.

# OBJETIVOS

1. Seleccionar técnicas de comunicación, relacionándolas con la estructura e imagen de la empresa y los flujos de información existente en ella.
2. Transmitir información de forma oral, vinculándola a los usos y costumbres socio-profesionales habituales en la empresa.
3. Transmitir información escrita, aplicando las técnicas de estilo a diferentes tipos de documentos propios de la empresa y de la Administración Pública.
4. Archivar información en soporte papel e informático, reconociendo los criterios de eficiencia y ahorro en las trámites administrativos.
5. Reconocer necesidades de posibles clientes aplicando técnicas de comunicación.
6. Atender consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes aplicando la normativa vigente en materia de consumo.
7. Potenciar la imagen de empresa reconociendo y aplicando los elementos y herramientas de marketing.
8. Aplicar procedimientos de calidad en la atención al cliente identificando los estándares establecidos.

# CONTENIDOS

## CONTENIDOS MÍNIMOS

1. **Análisis de la organización empresarial**:
   * La organización empresarial. Organigramas.
   * Principios y tipos de organización empresarial.
   * Departamentos y áreas funcionales tipo.
   * Funciones del personal en la organización.
   * Las relaciones humanas y laborales en la empresa.
2. **Selección de técnicas de comunicación empresarial:**
   * Descripción de los flujos de comunicación.
   * Comunicación e información y comportamiento.
   * Elementos y barreras en la comunicación.
   * La comunicación interna en la empresa: comunicación formal e informal.
   * La comunicación externa en la empresa.
3. **Transmisión de comunicación oral en la empresa:**
   * La comunicación verbal dentro del ámbito de la empresa.
   * Principios básicos en las comunicaciones orales.
   * Normas de información y atención oral.
   * Técnicas de comunicación oral, habilidades sociales y protocolo.
   * Comunicaciones en la recepción de visitas: acogida, identificación, gestión y despedida.
   * La Comunicación no verbal.
4. **Elaboración y transmisión de comunicación escrita en la empresa:**
   * La comunicación escrita en la empresa.
   * Normas de comunicación y expresión escrita.
   * Características principales de la correspondencia comercial.
   * Las cartas comerciales. Estructura, estilos y clases.
   * Formatos tipo de documentos de uso en la empresa, en las instituciones y Administraciones Públicas.
   * La recepción, envío y registro de correspondencia.
   * Servicios de correos, circulación interna de correspondencia y paquetería.
   * La redacción de la información:
     + Normas ortográficas, sintácticas y de léxico en las comunicaciones escritas socio-profesionales.
     + Abreviaturas comerciales y oficiales.
5. **La comunicación y las Tecnologías de la Información (TIC)**
   * La comunicación telefónica.
   * El teléfono y su uso. La centralita. Uso de la agenda-listín telefónico.
   * Normas para hablar correctamente por teléfono.
   * La informática en las comunicaciones verbales.
     + La videoconferencia.
     + La comunicación en las redes (intranet e internet).
     + Páginas Web.
     + Blogs corporativos.
     + Skype.
     + RSS.
   * Medios y equipos informáticos y telemáticos.
   * El correo electrónico.
   * Aplicación de procedimientos de seguridad y confidencialidad de la información.
     + Normativa en las comunicaciones.
     + Protección de datos.
     + Copias de seguridad.
6. **Archivo de la información:**
   * Clasificación de la información.
   * Clasificación y ordenación de documentos.
   * Normas de clasificación. Ventajas e inconvenientes.
   * Archivo de documentos. Captación, elaboración de datos y su custodia.
   * Técnicas de archivo: Naturaleza. Finalidad del archivo.
   * Sistemas de archivo: Convencionales. Por microfilme. Informáticos.
7. **Archivo de la información en soporte papel:**
   * Centralización o descentralización del archivo.
   * El proceso de archivo.
   * Confección y presentación de informes procedentes del archivo.
   * La purga o destrucción de la información y documentación.
8. **Archivo de la información en soporte informático:**
   * Gestión de discos, archivos y carpetas.
   * Las bases de datos para el tratamiento de la información.
   * Estructura y funciones de una base de datos.
   * Organización de carpetas del correo electrónico y otros sistemas de comunicación telemática.
9. **Atención al cliente. Reconocimiento de necesidades:**
   * Concepto e identificación del cliente: el cliente interno; el cliente externo.
     + Tipología de clientes y atención diferencial.
   * El conocimiento del cliente y sus motivaciones.
   * Elementos de la atención al cliente: entorno, organización y empleados.
     + Control de entrada y salida de visitas y sus registros.
   * Fases de la atención al cliente: la acogida, el seguimiento, la gestión y la despedida.
   * La percepción del cliente respecto a la atención recibida.
   * La satisfacción del cliente.
   * Los procesos en contacto con el cliente externo.
10. **Atención de consultas, quejas y reclamaciones:**
    * El departamento de atención al cliente. Funciones.
    * Elementos de una queja o reclamación.
      + La recepción, formulación y gestión de incidencias básicas.
    * Las fases de la resolución de quejas/reclamaciones.
    * Valoración del cliente de la atención recibida: reclamación, queja, sugerencias, felicitación.
11. **Atención al consumidor:**
    * El consumidor
    * Instituciones de consumo
    * Normativa en materia de consumo
    * Procedimiento de recogida de las reclamaciones y denuncias.
    * Tramitación y gestión.
12. **Aplicación de procedimientos de calidad en la atención al cliente:**
    * La calidad de servicio como elemento de la competitividad de la empresa.
    * Tratamiento de anomalías producidas en la prestación del servicio.
    * Procedimientos de control del servicio.
    * Evaluación y control del servicio.
    * Control del servicio postventa.
    * La fidelización del cliente.
    * Estrategias de fidelización.
    * Programas de fidelización en el pequeño comercio.
13. **Potenciación de la imagen de la empresa:**
    * Identificación de la organización
    * El marketing en la actividad económica: su influencia en la imagen de la empresa.
    * Naturaleza y alcance del marketing.
    * Políticas de comunicación.
      + Imagen corporativa
      + La publicidad: Concepto, principios y objetivos.
      + Promoción de ventas.
      + Las relaciones públicas.
    * La Responsabilidad Social Corporativa.

## CONTENIDOS POR UNIDADES

**UNIDAD 1. Empresa y comunicación**

La empresa y su organización:

* Concepto de empresa.
* Elementos de la empresa.
* Objetivos de una empresa.
* Principales funciones empresariales.
* Organización y departamentalización.
* Tipos de organización.
* Organigrama funcional.
* Imagen y cultura empresarial.

La información en la empresa:

* Concepto de información.
* Fuentes de información.

El proceso de comunicación:

* Concepto de comunicación.
* Elementos del proceso de comunicación.
* El proceso comunicativo.

La comunicación en la empresa:

* Sistemas de comunicación empresariales.
* Flujos de información en la empresa.
* Tipos de comunicación en la empresa.
* Comunicación formal e informal.
* Comunicación interna y externa.
* Relaciones Laborales.
* Publicidad.
* Relaciones Públicas.

La eficacia de la comunicación:

* Obstáculos en el proceso de comunicación.
* Tipos de barreras comunicativas.
* Errores en la comunicación.

**UNIDAD 2. La comunicación presencial.**

La comunicación presencial: elementos y situaciones:

* Principios básicos de la comunicación verbal.

Técnicas de comunicación presencial:

* Dificultades de transmisión.
* Normas de protocolo de comunicación verbal y no verbal.

La comunicación no verbal:

* Lenguaje no verbal.

Costumbres socioculturales y usos empresariales:

* Costumbres socioculturales y usos empresariales.

Criterios de calidad en la comunicación presencial:

* Factores para la correcta transmisión de la información.
* Errores frecuentes y acciones correctivas.
* **UNIDAD 3. Comunicación telefónica.**

El proceso de comunicación telefónica.

* Lenguaje verbal al teléfono.
* Lenguaje no verbal al teléfono.

Los equipos y medios más habituales en las comunicaciones telefónicas.

* Equipos de telefonía
* Servicios adicionales de telefonía.
* La centralita telefónica.

Los protocolos de tratamiento.

* Normas de protocolo de comunicación telefónica.

Los usos habituales del teléfono en la empresa.

* Costumbres socioculturales y usos empresariales.

Los modelos básicos de comunicación telefónica: barreras y dificultades.

* Normas de uso del teléfono.
* Errores frecuentes y acciones correctivas.
* Dificultades de transmisión.

La seguridad, registro y confidencialidad de las llamadas telefónicas.

Factores para la correcta transmisión de la información.

* **UNIDAD 4. Comunicaciones escritas.**

Elementos de la comunicación escrita

* Definición de comunicación oral y escrita
* Especificidades de la comunicación escrita

Redacción de escritos.

* Pasos para redactar un escrito
* Claridad, sencillez, concreción y cortesía
* Tratamiento adecuado según el destinatario
* Ortografía, puntuación y acentuación
* Elementos formales de presentación de escritos

Documentos propios de la empresa y de la Administración Pública.

* Aviso y memorándum. Estructuras
* Informe. Estructura. Tipos de informes
* Convocatoria y acta. Estructuras
* Carta. Estructura. Tipos de cartas. Estilos
* Invitación y saluda. Estructuras
* Instancia o solicitud. Estructura
* Oficio y certificado. Estructuras

Soportes para elaborar y transmitir documentos:

* Soporte papel. Tipos de papel y de sobres
* Normalización de impresos y de documentos
* Tipos de soportes digitales

Canales de transmisión de documentos:

* Servicios de correo convencional
* Fax. Funcionamiento
* Correo electrónico. Principales amenazas
* SMS
* Comunicación telemática

Herramientas de búsqueda de información:

* Fuente de información
* Base de datos. Características
* Herramientas de búsqueda en internet
* Boletines Oficiales

Aplicaciones informáticas de procesamiento de textos

Procesador de textos. Funciones

* **UNIDAD 5. El tratamiento de la correspondencia y paquetería.**

La circulación de la correspondencia en entidades privadas y públicas.

* Definición de correspondencia. Tipos.
* Apartado de correos
* Albarán de entrega y acuse de recibo
* Registro de correspondencia
* Tratamiento de documentación de entrada
* Tratamiento de documentación de salida
* Entrada y salida de documentos en registros públicos
* Franqueo pagado

Los servicios de correspondencia y paquetería.

* Tipos de envío y servicios postales de Correos
* Servicios de compañías de mensajería
* Funcionamiento de las empresas de mensajería

Los medios telemáticos: funciones y procedimientos.

* Oficina online de Correos. Servicios disponibles
* Servicios online de compañías de mensajería
* Administración electrónica
* Registro electrónico. Portafirmas electrónico
* Certificado o firma digital. Entidad de certificación

Las normas de seguridad y confidencialidad de la correspondencia

Ley Orgánica de Protección de Datos

* **UNIDAD 6. Archivo y clasificación de documentos.**

El archivo: concepto y finalidad:

* Objetivos de la organización de la información
* Concepto de archivo
* Reglas de archivo más importantes

Tipos de archivos empresariales:

* Archivo activo, semiactivo e inactivo
* Tipos de gestión de un archivo

Sistemas de clasificación de documentos:

* Sistema alfabético
* Sistema numérico
* Sistema geográfico
* Sistema cronológico
* Sistema temático
* Sistema alfanumérico

Archivo de documentos en formato papel:

* Procedimiento de entrada, conservación, consulta y destrucción de documentación
* Diferencia entre datos e información

Archivo informático de datos:

* Ventajas del archivo informático de datos
* Ordenación de los datos informáticos.
* Sistemas de gestión de datos
* Definición de base de datos. Componentes
* Archivo de la información digital.
* Estructura y funciones de las bases de datos

Soportes y materiales de archivo:

* Materiales y dispositivos de archivo en formato papel y digital
* Técnica 3R (reducir, reutilizar, reciclar).

La protección de la información: la LOPD:

* Medidas y normativa para la protección, seguridad y acceso a la información.

Control de datos personales. La Ley Orgánica de Protección de Datos

* **UNIDAD 7. Detección y satisfacción de las necesidades del cliente.**

El cliente y su importancia para la empresa.

* Concepto de cliente. Tipos de clientes
* Cliente, consumidor y usuario
* Importancia del cliente para la empresa
* Marketing relacional
* El cliente como fuente de información

Las motivaciones del cliente y el proceso de compra.

* El proceso de compra.
* Motivaciones que sustentan la compra
* Pirámide de Maslow. Tipos de necesidades
* Factores que marcan el comportamiento del cliente
* El proceso de decisión de compra

Elementos de la atención al cliente.

* Organización, entorno y empleados

El departamento de atención al cliente.

* La comunicación con el cliente
* Objetivos y funciones del departamento de atención al cliente
* Organización de la atención al cliente
* Calidad del departamento de atención al cliente

Comunicación y asesoramiento en la atención al cliente.

* Fases del proceso de atención al cliente

Satisfacción y calidad.

* Calidad y satisfacción
* Calidad del servicio y calidad percibida
* Calidad total y excelencia empresarial
* Principios para satisfacer al cliente

Evaluación del servicio y fidelización del cliente.

* Expectativas y percepciones del cliente
* Anomalías y tratamiento de las mismas
* Fidelización de la clientela

Tratamiento de anomalías en el servicio

* **UNIDAD 8. Atención de quejas y reclamaciones.**

Valoración de la atención recibida.

* Departamento de atención al cliente
* Opinión del cliente de la atención recibida: reclamación, queja, sugerencia y felicitación.
* Medios para obtener la opinión de los clientes

Elementos de la reclamación.

* Elementos de una queja o reclamación.
* Formas de presentar una reclamación

Gestión de reclamaciones

* Principios básicos de gestión de reclamaciones
* ISO 10.002
* Proceso de tratamiento de una reclamación
* Beneficios de un sistema de gestión de reclamaciones

El consumidor y su protección.

* Definición de consumidor.
* Derechos y obligaciones del consumidor
* Normativa básica en materia de consumo
* Ley para la defensa de consumidores y usuarios

Instituciones y organismos de consumo

* Organismos de defensa del consumidor
* Instituciones de consumo
* Sistema arbitral de consumo
* Mediación y arbitraje
* Asociaciones de Consumidores y Usuarios

Proceso de resolución de una reclamación ante la Administración.

* Hojas de reclamaciones
* Presentación de una hoja de reclamaciones ante la Administración
* Tramitación de una hoja de reclamaciones por la Administración
* Diferencia entre reclamación y denuncia

Actuación de la Administración ante una denuncia

* **UNIDAD 9. Potenciación de la imagen empresarial.**

La función comercial de la empresa.

* Concepto de mercado
* Orientaciones comerciales de la empresa
* La función comercial. Principales actuaciones
* Marketing relacional

Marketing: concepto y niveles de desarrollo

* Concepto y funciones del marketing
* Necesidades, deseos y demanda
* Demanda total, de empresa y potencial
* Cuota de mercado
* Marketing estratégico y marketing operativo
* Ventaja competitiva y plan de marketing

Implantación del plan de marketing.

* Oferta comercial
* Marketing emocional

El producto y sus estrategias

* Concepto, atributos y dimensiones del producto
* Envase, embalaje, marca, nombre y logotipo
* Estrategias de marca

El precio y sus estrategias

* Concepto de precio
* Precios psicológicos
* Estrategias de fijación de precios

El acercamiento físico al cliente: la distribución

* Concepto y utilidad de la distribución
* Canal de distribución. Tipos
* El intermediario. Tipos de intermediarios.
* Estrategias de distribución

Estrategias de comunicación con el cliente.

* Concepto de comunicación. Principios y objetivo
* Publicidad, relaciones públicas, merchandising, venta personal y promoción de ventas
* Product placement
* Marketing 2.0

Imagen y cultura de empresa: RSC

* Imagen empresarial
* Misión y visión
* Cultura empresarial
* Responsabilidad Social Corporativa
* Stakeholders

# TEMPORALIZACIÓN

PRIMER TRIMESTRE:

Unidad 1. Empresa y comunicación.

Unidad 2. La comunicación personal.

Unidad 3. Comunicación telefónica.

Unidad 4. Comunicaciones escritas. (I parte).

SEGUNDO TRIMESTRE:

Unidad 4. Comunicaciones escritas. (II parte).

Unidad 5. El tratamiento de la correspondencia y paquetería.

Unidad 6. Archivo y clasificación de documentos.

TERCER TRIMESTRE:

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

Unidad 8. Atención de quejas y reclamaciones.

Unidad 9. Potenciación de la imagen empresarial.

# CRITERIOS DE EVALUACIÓN

## CRITERIOS DE EVALUACIÓN DEL MÓDULO

1. Se han diferenciado los tipos de organizaciones y sus organigramas funcionales.
2. Se ha reconocido la necesidad de comunicación entre las ­personas que forman una organización.
3. Se ha distinguido entre comunicación e información.
4. Se han descrito los elementos y procesos que intervienen en ­la comunicación.
5. Se han diferenciado las comunicaciones internas y externas.
6. Se han identificado los flujos de información dentro de la empresa.
7. Se han diferenciado los conceptos de imagen y cultura de la empresa.
8. Se ha seleccionado el destinatario y el canal adecuado para cada situación.
9. Se ha determinado la mejor forma y actitud a la hora de presentar el mensaje.
10. Se han analizado los obstáculos que pueden existir en un proceso de comunicación.
11. Se han identificado los principios básicos a tener en cuenta en­ la comunicación verbal.
12. Se ha elaborado el mensaje verbal, de manera concreta y precisa, valorando las posibles dificultades en su transmisión.
13. Se ha utilizado el léxico y las expresiones adecuadas al tipo de comunicación y a los interlocutores.
14. Se ha identificado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales.
15. Se ha presentado el mensaje verbal elaborado utilizando el ­lenguaje no verbal más adecuado.
16. Se han tenido en cuenta las costumbres socioculturales y ­los ­usos empresariales.
17. Se ha identificado al interlocutor, observando las debidas normas de protocolo y adaptando la actitud y conversación a la situación de la que se parte.
18. Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y sensibilidad.
19. Se han analizado los errores cometidos y propuesto las acciones correctivas necesarias.
20. Se ha elaborado el mensaje verbal de manera concreta y ­precisa, valorando las posibles dificultades en su ­transmisión en las comunicaciones telefónicas.
21. Se ha presentado el mensaje verbal elaborado utilizando el lenguaje no verbal más adecuado en las comunicaciones telefónicas.
22. Se han utilizado equipos de telefonía aplicando las normas básicas de uso.
23. Se ha identificado el protocolo de comunicación verbal y ­no ­verbal en las comunicaciones no presenciales.
24. Se ha identificado al interlocutor, observando las debidas normas de protocolo, adaptando la actitud y conversación a la situación de la que se parte.
25. Se ha utilizado el léxico y expresiones adecuados en las comunicaciones telefónicas.
26. Se han analizado los errores cometidos y se han propuesto las acciones correctivas necesarias.
27. Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y sensibilidad en las comunicaciones telefónicas.
28. Se ha clasificado las tipologías más habituales de documentos dentro de la empresa según su finalidad.
29. Se ha redactado el documento apropiado, cumpliendo las normas ortográficas y sintácticas en función de su finalidad y de la situación de partida.
30. Se han identificado los soportes para elaborar y transmitir los documentos: tipo de papel, sobres y otros.
31. Se han diferenciado en función de los criterios de rapidez, seguridad y confidencialidad.
32. Se han identificado los canales de transmisión: correo convencional, correo electrónico, fax, mensajes cortos o similares.
33. Se ha identificado al destinatario observando las debidas normas de protocolo.
34. Se han identificado las herramientas de búsqueda de información para elaborar la documentación.
35. Se han Identificado las tareas que hay que realizar en el tratamiento de la correspondencia y paquetería en las empresas e instituciones públicas.
36. Se han cumplimentado los libros de registro de entrada y salida de correspondencia y paquetería en soporte informático y/o convencional.
37. Se han identificado los distintos medios para realizar el envío de la correspondencia y paquetería, determinando su coste y tiempo de envío.
38. Se han descrito las funciones y procedimientos básicos relativos a los medios telemáticos utilizados en el tratamiento de la correspondencia y paquetería.
39. Se ha aplicado correctamente la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos establecida para las empresas e instituciones públicas y privadas.
40. Se ha descrito la finalidad de organizar la información y los objetivos que se persiguen.
41. Se han diferenciado las técnicas de organización de información en una empresa o institución, así como los procedimientos habituales de registro, clasificación y distribución de la información.
42. Se han aplicado técnicas de archivo en los intercambios de información telemática.
43. Se han identificado los distintos soportes de archivo y registro, así como las prestaciones de las aplicaciones informáticas más utilizadas.
44. Se has identificado las principales bases de datos de las organizaciones.
45. Se han reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación, detectando los errores que puedan producirse.
46. Se han aplicado las técnicas 3R en la elaboración y archivo de la documentación.
47. Se han aplicado los niveles de protección, seguridad y acceso a la información, así como la normativa vigente en documentos físicos e informáticos.
48. Se ha descrito la figura del cliente y su importancia para la empresa.
49. Se han diferenciado los distintos tipos de cliente de una empresa.
50. Se ha identificado el comportamiento del cliente.
51. Se han analizado las motivaciones de compra o demanda de servicios.
52. Se han descrito las fases del procedimiento de relación con los clientes.
53. Se ha observado la debida forma y actitud al atender a un cliente.
54. Se han identificado los errores más habituales en la comunicación con un cliente.
55. Se han descrito las funciones del departamento de atención al cliente en una empresa.
56. Se han definido las variables del servicio postventa y su relación con la fidelización.
57. Se han detectado errores producidos en la prestación de un servicio.
58. Se han tratado las anomalías producidas en la prestación de un servicio.
59. Se ha valorado la importancia del servicio postventa en los procesos comerciales.
60. Se han diferenciado los tipos de demanda o reclamación.
61. Se han identificado los elementos de una queja o reclamación.
62. Se ha aplicado el tratamiento adecuado en la gestión de anomalías.
63. Se ha reconocido el proceso a seguir en la resolución de reclamaciones.
64. Se ha valorado la protección del consumidor.
65. Se ha identificado la normativa en materia de consumo.
66. Se ha utilizado el documento adecuado para gestionar una queja o reclamación.
67. Se ha identificado el concepto de marketing.
68. Se han reconocido las funciones y objetivos principales del marketing.
69. Se ha valorado la importancia del departamento de marketing.
70. Se han diferenciado los elementos y herramientas básicas del marketing mix.
71. Se ha valorado la imagen corporativa como medio de conseguir los objetivos empresariales
72. Se ha valorado la importancia de las Relaciones Públicas y de la atención al cliente.

## 5.2 CRITERIOS DE EVALUACIÓN MÍNIMOS

1. Se ha reconocido la necesidad de comunicación entre las personas.
2. Se ha distinguido entre comunicación e información.
3. Se han distinguido los elementos y procesos que intervienen en la comunicación.
4. Se ha reconocido los obstáculos que pueden existir en un proceso de comunicación.
5. Se ha determinado la mejor forma y actitud a la hora de presentar el mensaje.
6. Se han identificado los conceptos de imagen y cultura de la empresa.
7. Se han diferenciado los tipos de organizaciones y su organigrama funcional.
8. Se han distinguido las comunicaciones internas y externas y los flujos de información dentro de la empresa.
9. Se ha seleccionado el destinatario y el canal adecuado para cada situación.
10. Se han identificado los principios básicos a tener en cuenta en la comunicación verbal.
11. Se ha identificado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales.
12. Se han tenido en cuenta las costumbres socioculturales y los usos empresariales.
13. Se ha identificado al interlocutor, observando las debidas normas de protocolo adaptando su actitud y conversación a la situación de la que se parte.
14. Se ha elaborado el mensaje verbal, de manera concreta y precisa, valorando las posibles dificultades en su transmisión.
15. Se ha utilizado el léxico y expresiones adecuados al tipo de comunicación y a los interlocutores.
16. Se ha presentado el mensaje verbal elaborado utilizando el lenguaje no verbal más adecuado.
17. Se han utilizado equipos de telefonía e informáticos aplicando las normas básicas de uso.
18. Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y sensibilidad.
19. Se han analizado los errores cometidos y propuesto las acciones correctivas necesarias.
20. Se han identificado los soportes para elaborar y transmitir los documentos, tipos de papel, sobres y otros.
21. Se han identificado los canales de transmisión: correo convencional, correo electrónico, fax, mensajes cortos o similares.
22. Se han diferenciado los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad y confidencialidad.
23. Se ha identificado al destinatario observando las debidas normas de protocolo.
24. Se han clasificado las tipologías más habituales de documentos dentro de la empresa según su finalidad.
25. Se ha redactado el documento apropiado, cumpliendo las normas ortográficas y sintácticas en función de su finalidad y de la situación de partida.
26. Se han identificado las herramientas de búsqueda de información para elaborar la documentación.
27. Se han utilizado las aplicaciones informáticas de procedimiento de texto o autoedición.
28. Se han cumplimentado los libros de registro de entrada y salida de correspondencia y paquetería en soporte informático y/o convencional.
29. Se ha utilizado la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos establecidos para las empresas e instituciones públicas y privadas.
30. Se han aplicado, en la elaboración de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).
31. Se ha descrito la finalidad de organizar la información y los objetivos que se persiguen.
32. 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.
33. 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.
34. Se han identificado las principales bases de datos de las organizaciones, su estructura y funciones.
35. Se han determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiados al tipo de documentos.
36. Se han realizado árboles de archivos informáticos para ordenar la documentación digital.
37. Se han aplicado las técnicas de archivo en los intercambios de información telemática (intranet, extranet, correo electrónico).
38. Se han reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación y detectado los errores que pudieran producirse en él.
39. 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.
40. Se han aplicado en la elaboración y archivo de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).
41. Se han desarrollado técnicas de comunicación y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente en situaciones de atención/asesoramiento al mismo.
42. Se han identificado las fases que componen el proceso de atención al cliente/consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación.
43. Se han reconocido los errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente.
44. Se ha identificado el comportamiento del cliente.
45. Se han analizado las motivaciones de compra o demanda de un servicio del cliente.
46. Se ha obtenido, en su caso, la información histórica del cliente.
47. Se ha adaptado adecuadamente la actitud y discurso a la situación de la que se parte.
48. Se ha observado la forma y actitud adecuada en la atención y asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado.
49. Se han distinguido las distintas etapas de un proceso comunicativo.
50. Se han descrito las funciones del departamento de atención al cliente en empresas.
51. Se ha interpretado la comunicación recibida por parte del cliente.
52. Se han identificado los elementos de la queja/ reclamación.
53. Se han reconocido las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/reclamaciones.
54. Se ha identificado y localizado la información que hay que suministrar al cliente.
55. Se han utilizado los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones.
56. Se ha cumplimentado en su caso, un escrito de respuesta utilizando medios electrónicos u otros canales de comunicación.
57. Se ha reconocido la importancia de la protección del consumidor.
58. Se ha identificado la normativa en materia de consumo.
59. Se han diferenciado los tipos de demanda o reclamación.
60. Se ha identificado el concepto de marketing
61. Se han reconocido las funciones principales del marketing.
62. Se ha valorado la importancia del departamento de marketing.
63. Se han diferenciado los elementos y herramientas básicas que componen el marketing.
64. Se ha valorado la importancia de la imagen corporativa para conseguir los objetivos de la empresa.
65. Se valorado la importancia de las relaciones públicas y la atención al cliente para la imagen de la empresa.
66. Se ha identificado la fidelización del cliente como un objetivo prioritario del marketing.
67. Se han identificado los factores que influyen en la prestación del servicio al cliente.
68. Se han descrito las fases del procedimiento de relación con el cliente.
69. Se han descrito los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio.
70. Se ha valorado la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos.
71. Se han detectado los errores producidos en la prestación del servicio.
72. Se ha aplicado el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas.
73. Se ha explicado el significado e importancia del servicio post-venta en los procesos comerciales.
74. Se han definido las variables constitutivas del servicio post-venta y su relación con la fidelización del cliente.
75. Se han identificado las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio post-venta.
76. Se han descrito los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio post-venta, así como sus fases y herramientas.

# METODOLOGÍA DIDÁCTICA

Según el art. 40 de la LOE *La formación profesional en el sistema educativo contribuirá a que los alumnos y las alumnas adquieran las capacidades que les permitan desarrollar una identidad profesional motivadora de futuros aprendizajes y adaptaciones a la evolución de los procesos productivos y al cambio social y que les permitan aprender por sí mismos y trabajar en equipo.*

La metodología ha de ser, pues, activa, favoreciendo el/la profesor/a que el alumno/a sea, de alguna manera, protagonista de su propio aprendizaje Además los contenidos de los aprendido deben de resultar funcionales, se trata de utilizarlos en circunstancias reales de la vida cotidiana.

Al principio de cada Unidad se hará una introducción a la misma, para, por un lado, contextualizar el tema y, por otro, poder acercarse al nivel de conocimiento que presenta el alumnado antes de comenzarlo.

Posteriormente se pasará a explicar los contenidos conceptuales. No siempre será una clase magistral, también se simultaneará la metodología anterior con otra distinta: habrá ocasiones, si la unidad lo permite, que sea el propio alumnado el que, a través de la investigación, encuentre los conceptos o los procedimientos a estudiar, es decir, el alumnado sea el protagonista de descubrir los contenidos de determinados temas, siguiendo, claro está las orientaciones del profesor. En estos casos se invierte el orden, el alumno explica primero y el profesor corrige o matiza.

# PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

La asistencia regular a las clases y actividades programadas es un requisito imprescindible para la evaluación y calificación

Al menos se realizará un examen por evaluación, que comprenderá preguntas y supuestos de los temas tratados en clase y de los que sean materia de examen.

Se podrá tener un seguimiento de las tareas que han de hacerse en el aula o llevarse realizadas al aula para su corrección. Se podrá solicitar el cuaderno o dosier del curso, y será obligatoria su entrega antes de emitir la valoración del módulo.

El profesor explicará al principio de curso si se acoge a esta forma de evaluar y lo expresará por escrito, publicándolo en el tablón de anuncios de la clase.

En el caso de enfermedad que impida al alumno presentar los trabajos, deberá justificarlo mediante documento firmado por el médico.

La asistencia a la pruebas de evaluación y a las pruebas escritas que durante la evaluación se realicen es obligatoria; quienes (con justificación o sin ella) no las realicen, pierden la oportunidad y deben presentarse a la prueba de recuperación correspondiente, no pudiendo solicitar más pruebas de recuperación que las establecidas. Los casos especiales serán estudiados por la junta de evaluación.

# CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

En el caso de que se hicieran más de una prueba la nota de la evaluación sería la media aritmética de las mismas, siempre que en cada una de ellas se haya alcanzado, como mínimo, la valoración de 5.

La nota del módulo será la suma de los apartados A y B, considerados de la siguiente forma:

1. Los exámenes representarán el 80% de la nota de la evaluación.
2. Las notas de clase representarán el 20%, es decir, de los ejercicios y trabajos realizados en clase o que se tuvieran que llevar a clase resueltos.

Las faltas de ortografía cometidas en todo tipo de escritos (ejercicios, trabajos, exámenes, etc.) penalizarán la nota con los criterios anteriormente expresados, hasta un máximo de 3 puntos, computándose 0,25 puntos por cada error en el empleo de grafías, acentuación o puntuación.

*Para los boletines de las notas de evaluación, como es obligatorio dar una valoración numérica sin decimales, del resultado (siempre que éste sea superior o igual a cinco, o inferior a 4) se tomará la parte entera redondeando por exceso si la cifra de las décimas resultase ser igual o superior a 5.*

**La calificación de la evaluación final ordinaria**, será, siempre que cada una de las evaluaciones esté aprobada, la media aritmética de las notas sin redondear de las dos evaluaciones, y/o de sus respectivas recuperaciones, redondeando por exceso si la cifra de las décimas resultase ser igual o superior a 5.

# SISTEMA DE RECUPERACIÓN DE EVALUACIONES PENDIENTES

La recuperación de evaluaciones pendientes consistirá en la realización de:

1. un examen con preguntas y ejercicios prácticos de las unidades que no se superaron en el examen de evaluación, o de los parciales de evaluación; y, además ,

Si no se entregan los ejercicios o trabajos no podrá considerarse recuperada la materia, aunque se haya aprobado el examen.

El examen de recuperación tendrá una valoración desde 0 a 10 puntos máximo, y deberá obtenerse una valoración igual o mayor de 5 para considerar el examen superado.

La evaluación se considera recuperada si:

a) se superó el examen y, además,

b) se entregaron los trabajos y/o ejercicios.

**La calificación de la recuperación de la evaluación** será la valoración numérica obtenida en el examen, si se han entregado los ejercicios. Si se aprueba el examen y no se entregan los ejercicios la calificación será 4.

Si no se supera la recuperación de evaluaciones pendientes correspondientes, el alumno tendrá que presentarse a la evaluación final extraordinaria.Junio.

# SISTEMA DE EVALUACIÓN EXTRAORDINARIA

En el mes de septiembre se convocará una prueba de evaluación final extraordinaria para aquellos alumnos que no hayan superado el módulo en la convocatoria final ordinaria.

**La calificación de la evaluación final extraordinaria** será desde 0 a 10 puntos máximo, redondeando por exceso si la cifra de las décimas resultase ser igual o superior a 5, siempre que se haya obtenido como mínimo un 5.

# ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

El tratamiento a la diversidad del alumnado se entiende de la siguiente forma:

* La mejor estrategia para la integración del alumnado con necesidades educativas especificas o con determinados problemas de aprendizaje, es implicarlos en las mismas tareas que al resto del grupo, con distintos problemas de apoyo y exigencia.
* El tratamiento debe ofrecer la posibilidad de retomar un contenido no asimilado en un momento posterior de trabajo, con lo cual evitamos la paralización del proceso de aprendizaje del alumnado, con ejercicios repetitivos que suelen incidir negativamente en el nivel de motivación.
* Las actividades de recuperación y de ampliación permitirán atender a las demandas de carácter más profundo por parte del alumnado con un nivel de partida más avanzado o con un interés mayor sobre el tema estudiado.
* Las actividades prácticas son todas susceptibles de trabajarse desde distintos niveles, ofreciendo en cada ocasión una posibilidad de desarrollo en función del nivel de partida.
* Por último, la formación de grupos para la realización de las actividades prácticas fomentará las relaciones sociales entre el alumnado y la formación o asentamiento de una mayor cultura social y cívica.

# MATERIALES, TEXTOS Y RECURSOS DIDÁCTICOS

Los materiales y recursos didácticos necesarios y que utilizaremos para llevar a cabo las actividades de enseñanza-aprendizaje programadas, a lo largo del curso escolar en este módulo, son los siguientes:

* Personales: explicaciones y exposiciones por parte del profesor y de los profesionales externos expertos en alguna materia concreta, así como de los empleados de la entidades, organismos y empresas visitadas, y las aportaciones y experiencias personales de los alumnos/as sobre la materia estudiada.
* Fuentes informáticas y audiovisuales: encerado y tizas, diapositivas y transparencias, ordenadores, cañón de proyecciones, aplicaciones informáticas relacionadas, Internet.
* Fuentes bibliográficas: recortes de prensa comarcal, regional y nacional, modelos, documentos e impresos de la materia, diccionarios.

El libro de referencia de este módulo será:

Comunicación empresarial y atención al cliente. Editorial McGraw-Hill. Edición 2014.

Los requisitos de los medios informáticos:

S.O: Windows 7. Suite Office 2010.

# PUBLICACIÓN DE ESTA PROGRAMACIÓN Y OTROS ASPECTOS DE INTERÉS

En nuestro módulo la utilización de las TIC es fundamental a lo largo de todo el curso escolar, por lo que el aula del grupo debe ser un aula totalmente equipadas con ordenadores, programas informáticos y conexión a Internet, además de todos los periféricos necesarios (impresoras, escáner, etc.) para desarrollar nuestro trabajo. Es necesario que el alumnado conozca y trabajen con estas tecnologías, puesto que en la actualidad en cualquier puesto de trabajo, relacionado con la gestión administrativa, se hace necesario dominarlas para desempeñar adecuada y eficazmente el trabajo encomendado.

Entre los objetivos que se pretende que adquieran los alumnos/as, con el uso de estas tecnologías, se pueden destacar los siguientes:

* Conocer los distintos servicios que nos ofrece Internet.
* Comprender la importancia del buscador como forma de navegación entre las páginas Web existentes.
* Motivar a los alumnos con el uso de la búsqueda de información a través de Internet.
* Favorecer el aprendizaje cooperativo entre los alumnos/as.
* Identificar y fomentar el uso de las distintas herramientas de comunicación que nos ofrece Internet.
* Fomentar el trabajo en grupo para desarrollar habilidades que no se consiguen con el trabajo individual como, por ejemplo, la autoestima, la coordinación, la participación, etc.

Principalmente utilizaremos las tecnologías de la información y comunicación para buscar la información relacionada con los temas tratados en las distintas unidades de trabajo de los módulos, fundamentalmente de organismos, empresas y entidades que intervienen en la gestión administrativa.

Se utilizará el S.O. Windows 7 y la suite Office 2010 para llevar a cabo la mayor parte de los ejercicios posibles.

Esta programación se podrá consultar también a través de la página web del instituto *iesjovellanos.org* en el menú *Principal,* epígrafe *Proyecto. PGA* y dentro de éste en *Programaciones Didácticas*.

# ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES

Sería muy interesante ir a ver alguna exposición, hacer alguna visita o acudir a alguna feria que pueda ilustrar alguno de los temas que tratamos en el curso. Siempre que el tiempo lo permita y todos los alumnos estén interesados en participar.

# MEDIDAS PARA EVALUAR LA PROGRAMACIÓN Y LA PRÁCTICA DOCENTE

Mensualmente se anotarán en los seguimientos de las programaciones los logros obtenidos, las dificultades encontradas y las propuestas de mejora.

Además, al finalizar el ciclo formativo se les pasará a los alumnos y empresas una encuesta de calidad.