

**CICLO FORMATIVO DE GRADO MEDIO
EN GESTIÓN ADMINISTRATIVA
MODALIDAD DUAL**

PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA

**COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y
ATENCIÓN AL CLIENTE
(0437)**

IES MECHOR GASPAR DE JOVELLANOS

2020/2021

INDICE

1.	INTRODUCCIÓN	3
2.	PERFIL PROFESIONAL	3
3.	ENSEÑANZAS DEL CICLO FORMATIVO	5
4.	MÓDULO PROFESIONAL: COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE	7
5.	CONTENIDOS BÁSICOS	10
6.	ORIENTACIONES PEDAGÓGICAS	14
7.	ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE.....	15
8.	TEMPORALIZACIÓN	15
9.	METODOLOGÍA.....	17
10.	PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN	18
11.	RECUPERACIÓN DE EVALUACIONES PENDIENTES	19
12.	CRITERIOS DE CALIFICACIÓN	19
13.	ACTIVIDADES DE RECUPERACIÓN PARA LOS ALUMNOS/AS CON MATERIAS PENDIENTES DEL CURSO ANTERIOR Y LAS PROFUNDIZACIONES Y REFUERZOS PARA LOGRAR DICHA RECUPERACIÓN.....	20
14.	MATERIALES, TEXTOS Y RECURSOS DIDÁCTICOS.....	21
15.	MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD.....	21
16.	ADAPTACIONES CURRICULARES PARA LOS ALUMNOS/AS CON NECESIDADES EDUCATIVAS ESPECIALES.....	21
17.	PROMOCIÓN A SEGUNDO CURSO	22
18.	PROGRAMA FORMATIVO DEL SEGUNDO CURSO DE FORMACIÓN EN LA EMPRESA	22
19.	DIFUSIÓN DE LA PROGRAMACIÓN AL ALUMNADO Y SUS FAMILIAS.....	22
20.	EVALUACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN Y LA PRÁCTICA DOCENTE.....	22

1. INTRODUCCIÓN

La formación profesional dual se basa en una mayor colaboración y participación de las empresas en los sistemas de formación profesional, propiciando una participación más activa de la empresa en el propio proceso formativo del alumnado y, así, permitir que éstas conozcan de manera más cercana la formación que reciben los jóvenes, cada vez más adaptada a las demandas de los sectores productivos y a las necesidades específicas de las empresas. Con la formación dual se pretende que la empresa y el centro de formación profesional estrechen sus vínculos, aúnen esfuerzos y favorezcan una mayor inserción del alumnado en el mundo laboral durante el periodo de formación.

La normativa legal principal por la que se rige esta programación es:

- Real Decreto 1631/2009, de 30 de octubre, por el que se establece el título de Técnico en Gestión Administrativa y se fijan sus enseñanzas mínimas, modificado por el Real Decreto 1126/2010, de 10 de septiembre.
- Decreto 14/2010, de 18 de marzo, por el que se establece para la Comunidad de Madrid el currículo del ciclo formativo de grado medio correspondiente al título de Técnico en Gestión Administrativa, modificado por el Decreto 5/2001, de 13 de enero.
- Real Decreto 1529/2012, de 8 de noviembre, por el que se desarrolla el contrato para la formación y el aprendizaje y se establecen las bases de la formación profesional dual.
- Orden 2195/2017, de 15 de junio, de la Consejería de Educación, Juventud y Deporte, por la que se regulan determinados aspectos de la Formación Profesional dual del sistema educativo de la Comunidad de Madrid.

Además, también toma como referencia los siguientes documentos:

- Instrucciones de la Dirección General de Formación Profesional y Enseñanzas de Régimen Especial, relativas al proceso de evaluación de los alumnos de centros públicos de la Comunidad de Madrid incorporados al primer curso de ciclos formativos de Formación Profesional en régimen dual y otros aspectos organizativos.
- La Concreción Curricular, acordada por el Departamento de Administración: para promocionar de primer a segundo curso, los alumnos no pueden tener suspensos módulos, que en su conjunto superen un total de 7 horas, en cómputo anual. Además, los alumnos que hayan abandonado aplicando el Reglamento de Régimen Interior.

2. PERFIL PROFESIONAL

2.1. Competencia general del título

La competencia general de este título consiste en realizar actividades de apoyo administrativo en el ámbito laboral, contable, comercial, financiero y fiscal, así como de atención al cliente/usuario, tanto en empresas públicas como privadas, aplicando la normativa vigente y protocolos de calidad, asegurando la satisfacción del cliente y actuando según normas de prevención de riesgos laborales y protección ambiental.

2.2. Competencias del título

Las competencias profesionales, personales y sociales de este título son las que se relacionan a continuación:

- a) Tramitar documentos o comunicaciones internas o externas en los circuitos de información de la empresa.
- b) Elaborar documentos y comunicaciones a partir de órdenes recibidas o información obtenida.
- c) Clasificar, registrar y archivar comunicaciones y documentos según las técnicas apropiadas y los parámetros establecidos en la empresa
- d) Registrar contablemente la documentación soporte correspondiente a la operativa de la empresa en condiciones de seguridad y calidad.
- e) Realizar gestiones administrativas de tesorería, siguiendo las normas y protocolos establecidos por la gerencia con el fin de mantener la liquidez de la organización.
- f) Efectuar las gestiones administrativas de las áreas de selección y formación de los recursos humanos de la empresa, ajustándose a la normativa vigente y a la política empresarial, bajo la supervisión del responsable superior del departamento.
- g) Prestar apoyo administrativo en el área de gestión laboral de la empresa ajustándose a la normativa vigente y bajo la supervisión del responsable superior del departamento.
- h) Realizar las gestiones administrativas de la actividad comercial registrando la documentación soporte correspondiente a determinadas obligaciones fiscales derivadas.
- 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
- j) Aplicar los protocolos de seguridad laboral y ambiental, higiene y calidad durante todo el proceso productivo, para evitar daños en las personas y en el ambiente.
- k) Cumplir con los objetivos de la producción, actuando conforme a los principios de responsabilidad y manteniendo unas relaciones profesionales adecuadas con los miembros del equipo de trabajo.
- l) Resolver problemas y tomar decisiones individuales siguiendo las normas y procedimientos establecidos, definidos dentro del ámbito de su competencia.
- m) Mantener el espíritu de innovación, de mejora de los procesos de producción y de actualización de conocimientos en el ámbito de su trabajo.
- n) Ejercer sus derechos y cumplir con las obligaciones derivadas de las relaciones laborales, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente.
- o) Detectar y analizar oportunidades de empleo y autoempleo desarrollando una cultura emprendedora y adaptándose a diferentes puestos de trabajo y nuevas situaciones.
- p) Participar de forma activa en la vida económica, social y cultural, con una actitud crítica y responsable.
- q) Participar en las actividades de la empresa con respeto y actitudes de tolerancia.
- r) Adaptarse a diferentes puestos de trabajo y nuevas situaciones laborales, originados por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos.
- s) Participar en el trabajo en equipo respetando la jerarquía definida en la organización.

2.3 Relación de cualificaciones y unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales incluidas en el título

2.3.1 Cualificaciones profesionales completas:

- a) Actividades administrativas de recepción y relación con el cliente ADG307_2 (RD 107/2008, de 1 de febrero), que comprende las siguientes unidades de competencia:
 - UC0975_2: Recepcionar y procesar las comunicaciones internas y externas.
 - UC0976_2: Realizar las gestiones administrativas del proceso comercial.
 - UC0973_1: Introducir datos y textos en terminales informáticos en condiciones de seguridad, calidad y eficiencia.
 - UC0978_2: Gestionar el archivo en soporte convencional e informático.

- UC0977_2: Comunicarse en una lengua extranjera con un nivel de usuario independiente en las actividades de gestión administrativa en relación con el cliente.
 - UC0233_2: Manejar aplicaciones ofimáticas en la gestión de la información y la documentación.
- b) Actividades de gestión administrativa ADG308_2 (RD 107/2008, de 1 de febrero), que comprende las siguientes unidades de competencia:
- UC0976_2: Realizar las gestiones administrativas del proceso comercial.
 - UC0979_2: Realizar las gestiones administrativas de tesorería.
 - UC0980_2: Efectuar las actividades de apoyo administrativo de Recursos Humanos.
 - UC0981_2: Realizar registros contables.
 - UC0973_1: Introducir datos y textos en terminales informáticos en condiciones de seguridad, calidad y eficiencia.
 - UC0978_2: Gestionar el archivo en soporte convencional e informático.
 - UC0233_2: Manejar aplicaciones ofimáticas en la gestión de la información y la documentación.

2.4 Entorno profesional

Este profesional ejerce su actividad tanto en grandes como en medianas y pequeñas empresas, en cualquier sector de actividad, y particularmente en el sector servicios, así como en las administraciones públicas, ofreciendo apoyo administrativo en las tareas de administración y gestión de dichas empresas e instituciones y prestando atención a los clientes y ciudadanos.

Las ocupaciones y puestos de trabajo más relevantes son los siguientes:

- Auxiliar administrativo.
- Ayudante de oficina.
- Auxiliar administrativo de cobros y pagos
- Administrativo comercial.
- Auxiliar administrativo de gestión de personal
- Auxiliar administrativo de las administraciones públicas.
- Recepcionista.
- Empleado de atención al cliente.
- Empleado de tesorería.
- Empleado de medios de pago.

3. ENSEÑANZAS DEL CICLO FORMATIVO

3.1. Objetivos generales del título.

Los objetivos generales de este ciclo formativo son los siguientes:

- a) Analizar el flujo de información y la tipología y finalidad de los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa, para tramitarlos.
- b) Analizar los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa, reconociendo su estructura, elementos y características para elaborarlos.
- c) Identificar y seleccionar las expresiones en lengua inglesa, propias de la empresa, para elaborar documentos y comunicaciones.

- 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.
- 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.
- 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.
- g) Interpretar la normativa y metodología contable, analizando la problemática contable que puede darse en una empresa, así como la documentación asociada para su registro.
- h) Introducir asientos contables manualmente y en aplicaciones informáticas específicas, siguiendo la normativa en vigor para registrar contablemente la documentación.
- i) Comparar y evaluar los elementos que intervienen en la gestión de la tesorería, los productos y servicios financieros básicos y los documentos relacionados con los mismos, comprobando las necesidades de liquidez y financiación de la empresa para realizar las gestiones administrativas relacionadas.
- j) Efectuar cálculos básicos de productos y servicios financieros, empleando principios de matemática financiera elemental para realizar las gestiones administrativas de tesorería.
- k) Reconocer la normativa legal aplicable, las técnicas de gestión asociadas y las funciones del departamento de recursos humanos, analizando la problemática laboral que puede darse en una empresa y la documentación relacionada para realizar la gestión administrativa de los recursos humanos.
- l) Identificar y preparar la documentación relevante así como las actuaciones que se deben desarrollar, interpretando la política de la empresa para efectuar las gestiones administrativas de las áreas de selección y formación de los recursos humanos.
- m) Cumplimentar documentación y preparar informes consultando la normativa en vigor y las vías de acceso (Internet, oficinas de atención al público) a la Administración Pública y empleando, en su caso, aplicaciones informáticas ad hoc para prestar apoyo administrativo en el área de gestión laboral de la empresa.
- n) Seleccionar datos y cumplimentar documentos derivados del área comercial, interpretando normas mercantiles y fiscales para realizar las gestiones administrativas correspondientes.
- o) 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.
- p) Identificar las normas de calidad y seguridad y de prevención de riesgos laborales y ambientales, reconociendo los factores de riesgo y parámetros de calidad para aplicar los protocolos correspondientes en el desarrollo del trabajo.
- q) Reconocer las principales aplicaciones informáticas de gestión para su uso asiduo en el desempeño de la actividad administrativa.
- r) Valorar las actividades de trabajo en un proceso productivo, identificando su aportación al proceso global para conseguir los objetivos de la producción.
- s) Valorar la diversidad de opiniones como fuente de enriquecimiento, reconociendo otras prácticas, ideas o creencias, para resolver problemas y tomar decisiones.
- t) Reconocer e identificar posibilidades de mejora profesional, recabando información y adquiriendo conocimientos para la innovación y actualización en el ámbito de su trabajo.
- u) Reconocer sus derechos y deberes como agente activo en la sociedad, analizando el marco legal que regula las condiciones sociales y laborales para participar como ciudadano democrático.
- v) Reconocer e identificar las posibilidades de negocio, analizando el mercado y estudiando la viabilidad empresarial para la generación de su propio empleo.

3.2. Módulos profesionales

Los módulos de este ciclo formativo son los que a continuación se relacionan:

- 0437 Comunicación empresarial y atención al cliente.
- 0438 Operaciones administrativas de compra-venta.
- 0439 Empresa y Administración.
- 0440 Tratamiento informático de la información.
- 0441 Técnica contable.
- 0442 Operaciones administrativas de recursos humanos.
- 0443 Tratamiento de la documentación contable.
- 0444 Inglés.
- 0446 Empresa en el aula.
- 0448 Operaciones auxiliares de gestión de tesorería.
- 0449 Formación y orientación laboral.
- 0451 Formación en centros de trabajo.

4. MÓDULO PROFESIONAL: COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE

El módulo de *Comunicación Empresarial y Atención al Cliente* se imparte en primer curso, en 4 sesiones semanales, durante el segundo cuatrimestre del curso, al tratarse de un módulo secuenciado con el módulo de *Operaciones Administrativas de Recursos Humanos* del ciclo formativo.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

1. *Selecciona técnicas de comunicación, relacionándolas con la estructura e imagen de la empresa y los flujos de información existentes en ella.*

Criterios de evaluación:

- a. Se ha reconocido la necesidad de comunicación entre las personas.
 - b. Se ha distinguido entre comunicación e información.
 - c. Se han distinguido los elementos y procesos que intervienen en la comunicación.
 - d. Se han reconocido los obstáculos que pueden existir en un proceso de comunicación.
 - e. Se ha determinado la mejor forma y actitud a la hora de presentar el mensaje.
 - f. Se han identificado los conceptos de imagen y cultura de la empresa.
 - g. Se han diferenciado los tipos de organizaciones y su organigrama funcional.
 - h. Se han distinguido las comunicaciones internas y externas y los flujos de información dentro de la empresa.
 - i. Se ha seleccionado el destinatario y el canal adecuado para cada situación.
2. *Transmite información de forma oral, vinculándola a los usos y costumbres socioprofesionales habituales en la empresa.*

Criterios de evaluación:

- a. Se han identificado los principios básicos a tener en cuenta en la comunicación verbal.

- b. Se ha identificado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales.
 - c. Se han tenido en cuenta las costumbres socioculturales y los usos empresariales.
 - 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.
 - e. Se ha elaborado el mensaje verbal, de manera concreta y precisa, valorando las posibles dificultades en su transmisión.
 - f. Se ha utilizado el léxico y expresiones adecuados al tipo de comunicación y a los interlocutores.
 - g. Se ha presentado el mensaje verbal elaborado utilizando el lenguaje no verbal más adecuado.
 - h. Se han utilizado equipos de telefonía e informáticos aplicando las normas básicas de uso.
 - i. Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y sensibilidad.
 - j. Se han analizado los errores cometidos y propuesto las acciones correctivas necesarias.
3. *Transmite información escrita, aplicando las técnicas de estilo a diferentes tipos de documentos propios de la empresa y de la Administración Pública.*

Criterios de evaluación:

- a. Se han identificado los soportes para elaborar y transmitir los documentos: tipo de papel, sobres y otros.
 - b. Se han identificado los canales de transmisión: correo convencional, correo electrónico, fax, mensajes cortos o similares.
 - c. Se han diferenciado los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad, y confidencialidad.
 - d. Se ha identificado al destinatario observando las debidas normas de protocolo.
 - e. Se han clasificado las tipologías más habituales de documentos dentro de la empresa según su finalidad.
 - f. Se ha redactado el documento apropiado, cumpliendo las normas ortográficas y sintácticas en función de su finalidad y de la situación de partida.
 - g. Se han identificado las herramientas de búsqueda de información para elaborar la documentación.
 - h. Se han utilizado las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos o autoedición.
 - i. Se han cumplimentado los libros de registro de entrada y salida de correspondencia y paquetería en soporte informático y/o convencional.
 - j. Se ha utilizado la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos establecidos para las empresas e instituciones públicas y privadas.
 - k. Se han aplicado, en la elaboración de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).
4. *Archiva información en soporte papel e informático, reconociendo los criterios de eficiencia y ahorro en los trámites administrativos.*

Criterios de evaluación:

- a. Se ha descrito la finalidad de organizar la información y los objetivos que se persiguen.
- 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.

- 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.
- d. Se han identificado las principales bases de datos de las organizaciones, su estructura y funciones
- e. Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiados al tipo de documentos.
- f. Se han realizado árboles de archivos informáticos para ordenar la documentación digital.
- g. Se han aplicado las técnicas de archivo en los intercambios de información telemática (intranet, extranet, correo electrónico).
- h. Se han reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación y detectado los errores que pudieran producirse en él.
- 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.
- j. Se han aplicado, en la elaboración y archivo de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).

5. *Reconoce necesidades de posibles clientes aplicando técnicas de comunicación.*

Criterios de evaluación:

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

6. *Atiende consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes aplicando la normativa vigente en materia de consumo.*

Criterios de evaluación:

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

7. *Potencia la imagen de empresa reconociendo y aplicando los elementos y herramientas del marketing.*

Criterios de evaluación:

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

8. *Aplica procedimientos de calidad en la atención al cliente identificando los estándares establecidos.*

Criterios de evaluación:

- a. Se han identificado los factores que influyen en la prestación del servicio al cliente.
- b. Se han descrito las fases del procedimiento de relación con los clientes.
- c. Se han descrito los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio.
- d. Se ha valorado la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos.
- e. Se han detectado los errores producidos en la prestación del servicio.
- f. Se ha aplicado el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas.
- g. Se ha explicado el significado e importancia del servicio post-venta en los procesos comerciales.
- h. Se han definido las variables constitutivas del servicio post-venta y su relación con la fidelización del cliente.
- i. Se han identificado las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio post-venta.
- j. Se han descrito los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio post-venta, así como sus fases y herramientas.

5. CONTENIDOS BÁSICOS

DISTRIBUCIÓN DE CONTENIDOS	
CENTRO EDUCATIVO (70 HORAS)	EMPRESA (Mínimo 100 HORAS)
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.	Análisis de la organización empresarial: - La organización empresarial. Organigrama - Tipo de organización empresarial. - Departamentos y áreas funcionales de la empresa. - Funciones del personal en la organización. - Las relaciones humanas y laborales en la empresa.

<p>- Las relaciones humanas y laborales en la empresa.</p>	
<p>Selección de técnicas de comunicación empresarial:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elementos y barreras de la comunicación. - Comunicación e información y comportamiento - Las relaciones humanas y laborales en la empresa. - La organización empresarial. Organigramas. - Principios y tipos de organización empresarial. - Departamentos y áreas funcionales tipo. - Funciones del personal en la organización. - Descripción de los flujos de comunicación. - La comunicación interna en la empresa: comunicación formal e informal. - La comunicación externa en la empresa. La publicidad y las relaciones públicas. 	<p>Selección de técnicas de comunicación empresarial:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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.
<p>Transmisión de comunicación oral en la empresa:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Principios básicos en las comunicaciones orales. - Normas de información y atención oral. - Técnicas de comunicación oral, habilidades sociales y protocolo. - La comunicación no verbal. - La comunicación verbal dentro del ámbito de la empresa. - La comunicación telefónica. - El teléfono y su uso. La centralita. Uso del listín telefónico. Normas para hablar correctamente por teléfono. - La informática en las comunicaciones verbales. - Comunicaciones en la recepción de visitas: acogida, identificación, gestión, despedida. 	<p>Transmisión de comunicación oral en la empresa:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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. <p>La comunicación y las Tecnologías de la Información (TIC):</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 ofimáticos y telemáticos. - El correo electrónico.

	<ul style="list-style-type: none"> - Aplicación de procedimientos de seguridad y confidencialidad de la información. • Normativa en las comunicaciones. • Protección de datos. • Copias de seguridad.
<p>Transmisión de comunicación escrita en la empresa:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La comunicación escrita en la empresa. - Normas de comunicación y expresión escrita. - Características principales de la correspondencia comercial. - La carta comercial. Estructura, estilos y clases. - Formatos tipo de documentos de uso en la empresa y en las Administraciones Públicas. - Medios y equipos ofimáticos y telemáticos. - El correo electrónico. - La recepción, envío y registro de la correspondencia. - Servicios de correos, circulación interna de correspondencia y paquetería. - Aplicación de procedimientos de seguridad y confidencialidad de la información. 	<p>Elaboración y transmisión de comunicación escrita en la empresa:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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: <ul style="list-style-type: none"> • Normas ortográficas, sintácticas y de léxico en las comunicaciones escritas socioprofesionales. • Abreviaturas comerciales y oficiales.
<p>Archivo de la información en soporte papel e informático:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Archivo de la información en soporte papel: <ul style="list-style-type: none"> • Clasificación y ordenación de documentos. • Normas de clasificación. Ventajas e inconvenientes. • Técnicas de archivo: Naturaleza. Finalidad del archivo. • Archivo de documentos. Captación, elaboración de datos y su custodia. • Sistemas de archivo. Convencionales. Por microfilme. Informáticos. • Clasificación de la información. • Centralización o descentralización del archivo. • El proceso de archivo. • Confección y presentación de informes procedentes del archivo. • La purga o destrucción de la documentación. • Confidencialidad de la información y documentación. 	<p>Archivo de la información:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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. <p>Archivo de la información en soporte papel:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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. <p>Archivo de la información en soporte informático:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gestión de discos, archivos y carpetas. - Las bases de datos para el tratamiento de la información.

<ul style="list-style-type: none"> - Archivo de la información en soporte informático: • Las bases de datos para el tratamiento de la información. • Estructura y funciones de una base de datos. • Procedimientos de protección de datos. • Archivos y carpetas. • Organización en carpetas del correo electrónico y otros sistemas de comunicación telemática. 	<ul style="list-style-type: none"> - Estructura y funciones de una base de datos. - Organización en carpetas del correo electrónico y otros sistemas de comunicación telemática.
<p>Reconocimiento de necesidades de clientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Concepto e identificación del cliente: el cliente interno; el cliente externo. - El conocimiento del cliente y sus motivaciones. - Elementos de la atención al cliente: entorno, organización y empleados. - Fases de la atención al cliente: la acogida, el seguimiento, la gestión y la despedida. - La percepción del cliente respecto a la atención recibida. - La satisfacción del cliente. - Los procesos en contacto con el cliente externo. 	<p>Atención al cliente. Reconocimiento de necesidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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.
<p>Atención de consultas, quejas y reclamaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - El departamento de atención al cliente. Funciones. - Valoración del cliente de la atención recibida: reclamación, queja, sugerencias, felicitación. - Elementos de una queja o reclamación. - Las fases de la resolución de quejas/reclamaciones. - El consumidor. - Instituciones de consumo: - Normativa en materia de consumo: - Procedimiento de recogida de las reclamaciones y denuncias. - Tramitación y gestión. 	<p>Atención de consultas, quejas y reclamaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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. Atención al consumidor: - El consumidor - Instituciones de consumo - Normativa en materia de consumo - Procedimiento de recogida de las reclamaciones y denuncias. - Tramitación y gestión.
<p>Potenciación de la imagen de la empresa:</p> <ul style="list-style-type: none"> - El marketing en la actividad económica: su influencia en la imagen de la empresa. - Naturaleza y alcance del marketing. - Políticas de comunicación. 	<p>Potenciación de la imagen de la empresa:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identificación de la organización - El marketing en la actividad económica: su influencia en la imagen de la empresa. - Naturaleza y alcance del marketing.

<ul style="list-style-type: none"> • La publicidad: Concepto, principios y objetivos. • Las relaciones públicas. • La Responsabilidad Social Corporativa. 	<ul style="list-style-type: none"> - Políticas de comunicación. • Imagen corporativa • La publicidad: Concepto, principios y objetivos. • Promoción de ventas. • Las relaciones públicas. - La Responsabilidad Social Corporativa.
<p>Aplicación de procedimientos de calidad en la atención al cliente:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 	<p>Aplicación de procedimientos de calidad en la atención al cliente:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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.

6. ORIENTACIONES PEDAGÓGICAS

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

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

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican:

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

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales a), b), d), e), f) y ñ) del ciclo formativo y las competencias a), b), c), i), m), p), q) y r) del título.

7. ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

En el desarrollo de las unidades didácticas se prevén los siguientes tipos de actividades:

- Actividades propuestas: Se trata de una serie de actividades intercaladas a lo largo de las distintas unidades didácticas que complementan las explicaciones a la vez que aportan dinamismo a las clases y motivan al alumnado en su aprendizaje.
- Debates sobre lo explicado: Se promoverá la participación del alumnado durante las explicaciones de clase, demostrando así el grado de comprensión y asimilación de los contenidos. Esto le sirve, además, para aprender de forma autónoma.
- Actividades finales de comprobación, aplicación y ampliación: Son actividades que buscan verificar que se han entendido y asimilado los contenidos de cada unidad, contrastar lo alcanzado con los objetivos que se perseguían, reforzar los conocimientos estudiados y ampliar parte de esos conocimientos.

En la realización de todas las actividades se fomentará el uso por parte del alumnado de un lenguaje correcto, insistiendo especialmente en la importancia de la lectura atenta de todo tipo de instrucciones, constituyéndose esta en un criterio de evaluación añadido a los que evalúan los diversos contenidos.

8. TEMPORALIZACIÓN

El módulo se impartirá durante 9 sesiones semanales, desde el 25 de abril hasta final de curso (2/9 partes del curso). Esta temporalización se concreta de la siguiente forma:

3º TRIMESTRE:

Unidad 1 Empresa y comunicación	6 sesiones
1.1. La empresa y su organización	
1.2. La información en la empresa	
1.3. El proceso de comunicación	
1.4. La comunicación en la empresa	
1.5. La eficacia en la comunicación	
Unidad 2 La comunicación presencial	6 sesiones
2.1. La comunicación presencial: elementos y situaciones	
2.2. Las técnicas de comunicación presencial	
2.3. La comunicación no verbal	
2.4. Las costumbres socioculturales y los usos empresariales	
2.5. Los criterios de calidad en la comunicación presencial	
Unidad 3 Comunicación telefónica	6 sesiones
3.1. El proceso de comunicación telefónica	
3.2. Los equipos y los medios más habituales en las comunicaciones telefónicas	
3.3. Los protocolos de tratamiento	
3.4. Los usos habituales del teléfono en la empresa	
3.5. Los modelos básicos de comunicación telefónica	
3.6. La seguridad, el registro y la confidencialidad de las llamadas telefónicas	
Unidad 4 Comunicaciones escritas	22 sesiones
4.1. Elementos de la comunicación escrita	

- 4.2. La redacción de escritos
- 4.3. Documentos propios de la empresa y de la Administración Pública
- 4.4. Soportes para elaborar y transmitir documentos
- 4.5. Canales de transmisión de información
- 4.6. Herramientas de búsqueda de información para elaborar la documentación
- 4.7. Aplicaciones informáticas de procesamiento de textos

Unidad 5 | El tratamiento de la correspondencia y paquetería 6 sesiones

- 5.1. La circulación de la correspondencia en entidades privadas y públicas
- 5.2. Los servicios de correspondencia y paquetería
- 5.3. Los medios telemáticos: funciones y procedimientos
- 5.4. Las normas de seguridad y confidencialidad de la correspondencia

Unidad 6 | Archivo y clasificación de documentos 6 sesiones

- 6.1. El archivo: concepto y finalidad
- 6.2. Tipos de archivos empresariales
- 6.3. Sistemas de clasificación de documentos
- 6.4. Archivo de documentos en formato papel
- 6.5. Archivo informático de datos
- 6.6. Soportes y materiales de archivo
- 6.7. La protección de la información: la LOPD

Unidad 7 | Detección de las necesidades del cliente y de su satisfacción 6 sesiones

- 7.1. El cliente y su importancia para la empresa
- 7.2. Las motivaciones del cliente y el proceso de compra
- 7.3. Elementos de la atención al cliente
- 7.4. El departamento de atención al cliente
- 7.5. Comunicación y asesoramiento en la atención al cliente
- 7.6. Satisfacción y calidad
- 7.7. Evaluación del servicio y fidelización del cliente

Unidad 8 | Atención de quejas y reclamaciones 6 sesiones

- 8.1. Valoración de la atención recibida
- 8.2. Elementos de la reclamación
- 8.3. Gestión de reclamaciones
- 8.4. El consumidor y su protección
- 8.5. Instituciones y organismos de consumo
- 8.6. Proceso de resolución de una reclamación ante la Administración

Unidad 9 | Potenciación de la imagen empresarial 6 sesiones

- 9.1. La función comercial de la empresa
- 9.2. Marketing: concepto y niveles de desarrollo
- 9.3. Implantación del plan de marketing
- 9.4. El producto y sus estrategias
- 9.5. El precio y sus estrategias
- 9.6. El acercamiento físico al cliente: la distribución
- 9.7. Estrategias de comunicación con el cliente
- 9.8. Imagen y cultura de empresa: responsabilidad social corporativa

Importante: El desarrollo de actividades prácticas correspondientes a la Unidad 4 se compaginará con las Unidades 5, 6, 7, 8 y 9, confeccionando diferentes tipologías de escritos comerciales hasta finalizar el tercer trimestre.

9. METODOLOGÍA

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”.

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

La metodología que se propone es la siguiente:

- Para la explicación de cada unidad de trabajo se realizará una exposición teórico-práctica de los contenidos de la unidad por parte del profesor.
- Se realizarán presentaciones, prestando especial atención a los contenidos básicos que el/la alumno/a tiene que conocer.
- Se realizarán una serie de ejercicios propuestos por el profesor y resueltos y corregidos en clase. El objetivo de estos ejercicios es llevar a la práctica los conceptos teóricos que se asimilaron en la exposición teórico-práctica anterior.
- El profesor resolverá todas las dudas que puedan tener los/as alumnos/as, tanto teóricas como prácticas. Si se considerase necesario, se realizarán ejercicios específicos de refuerzo que aclaren los conceptos que más cueste comprender a los/as alumnos/as.
- Se propondrá un conjunto de ejercicios y casos prácticos, de contenido similar a los que ya se han resuelto en clase, que deberán ser resueltos por los alumnos en clase o fuera de clase.
- Se utilizará la plataforma Aula Virtual de EducaMadrid para facilitar materiales, realizar tareas, cuestionarios, debates, etc.
- Se seguirá este libro de texto para la impartición de la materia: “Comunicación empresarial y atención al cliente”, Francisco Javier Ariza Ramírez y Juan Manuel Ariza Ramirez. Mc Graw Hill Education.
- El profesor se compromete a resolver por email todas las dudas que le puedan surgir al alumnado dentro del horario lectivo.

Debido a la crisis sanitaria se proponen los siguientes escenarios para el desarrollo de la actividad docente:

- **Escenario semipresencial:** Los estudiantes estarán divididos en dos grupos que vendrán a clase a días alternos. En clase se les realizará una exposición teórico-práctica de los contenidos del módulo. En los días de formación no presencial, los estudiantes realizarán las actividades propuestas en el Aula Virtual de EducaMadrid, así como la realización de cuestionarios y visualización de videos propuestos por el profesor.
- **Escenario de formación 100% online:** En caso de que no fuera posible la asistencia a clase por motivos sanitarios el alumnado recibirá toda la formación a través de medios informáticos. Los estudiantes deberán visualizar los vídeos propuestos en el aula virtual de EducaMadrid. Tras ello, realizarán cuestionarios y/o actividades para comprobar que han comprendido el contenido del módulo.

El profesor realizará el seguimiento del progreso del alumnado a través del Aula Virtual de EducaMadrid o por el email institucional. Tras la realización de cada actividad, el profesor enviará una retroalimentación a los estudiantes sobre el progreso del módulo y si fuera necesario les propondrá a los estudiantes mejoras para conseguir la superación de la asignatura. Si fuera necesario, el profesor realizará clases a través de video conferencia de la explicación de los contenidos teórico-prácticos.

10.PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será en una única evaluación, siendo necesario superar los conocimientos mínimos exigibles para superar el módulo completo.

Este módulo es muy práctico y en él se emplean equipos informáticos. Por tanto, se considera un requerimiento esencial la asistencia regular a clase por parte del alumno/a.

La evaluación se realizará mediante:

- Pruebas integradas por varias preguntas teórico-prácticas (test y desarrollo), cuya puntuación estará ponderada según su importancia. Dicha puntuación será informada a los alumnos antes de la realización de la correspondiente prueba.
- Pruebas prácticas realizadas en los equipos informáticos.

Se realizará una autoevaluación al finalizar cada una de las unidades. Para la realización de esta autoevaluación se utilizarán nuevas tecnologías (plataforma Aula Virtual de EducaMadrid).

Para evaluar al alumno/a se tendrán en cuenta:

- Resultados de pruebas objetivas sobre los conceptos expuestos en las unidades de trabajo. Las pruebas se podrán realizar en la plataforma Aula Virtual de EducaMadrid.
- Resultados de las pruebas prácticas realizadas en los equipos informáticos del centro.
- Seguimiento de los ejercicios realizados por el alumno/a en clase.
- Valoración de las prácticas realizadas.
- Seguimiento de trabajos, presentaciones y archivos.
- Responsabilidad y cuidado de su puesto de trabajo.
- Actitud en clase.

Los alumnos dispondrán de dos convocatorias para superar los módulos profesionales en los que se encuentren matriculados:

- Evaluación final ordinaria: junio de 2022.
- Evaluación final extraordinaria: junio de 2022 (para aquellos alumnos que no hayan superado el módulo en la convocatoria ordinaria)

Esto significa que, al finalizar el primer curso o periodo, los módulos profesionales no estarán evaluados. Durante este curso se podrán realizar evaluaciones parciales (2º cuatrimestre) que no tendrán carácter oficial, aunque puedan hacerse constar en boletines de notas que se entreguen al alumno. A la finalización del primer periodo en junio de 2021, se hará constar una calificación en el acta de cada módulo, que no será definitiva, pero tendrá como finalidad dejar constancia del aprovechamiento del alumno.

En caso de no presentación al examen sin causa justificada, el alumno aparecerá como suspenso y tendrá que presentarse directamente al examen de recuperación de dicha evaluación, perdiendo la primera oportunidad de convocatoria.

En caso de que un alumno sea visto copiando durante cualquiera de los exámenes, se procederá a la suspensión de dicho examen y de la evaluación con la nota de 0, teniendo el alumno que realizar el examen de recuperación.

11.RECUPERACIÓN DE EVALUACIONES PENDIENTES

Cuando el/la alumno/a no haya alcanzado una valoración suficiente en las pruebas objetivas o en las pruebas de operatoria de teclados se establecerá un examen de recuperación tras la evaluación sobre las cuestiones planteadas en las diferentes unidades de trabajo.

Si el estudiante tuviera suspensas las actividades propuestas por el profesor durante el trimestre, este tendrá que volver a hacer todas las actividades correctamente y entregarlas de nuevo, para su posterior corrección.

12.CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Se calificará a los/as alumnos/as en sesiones de evaluación una vez al final de cada trimestre. La calificación de cada alumno/a se elaborará en base a:

1. Las notas obtenidas en las pruebas objetivas realizadas en el trimestre, en las cuales el alumno/a demuestra la correcta asimilación de las materias impartidas (50% de la calificación total).
2. Participación en clase (15% de la calificación total).
3. Notas obtenidas en los ejercicios propuestos por el profesor durante el trimestre (35% de la calificación total).

Será obligatorio que el estudiante haya entregado el 90% de los trabajos propuestos por el profesor. En caso contrario, la calificación de este apartado no podrá ser mayor de 4 y deberá ir a la recuperación.

Para entregar los trabajos fuera del plazo estipulado por el profesor, será necesario la entrega de un justificante que demuestre que no los pudo hacer en plazo.

La calificación global será un valor numérico sin decimales entre 1 y 10. Se considerarán aprobados todos los/as alumnos/as cuya calificación sea 5 o superior a cinco.

La calificación global será la media ponderada de las valoraciones de los distintos apartados comentados anteriormente, siendo necesario que en las dos partes la nota obtenida sea 5 o superior a 5; en caso contrario, el/a alumno/a no se considerará aprobado.

CALIFICACIÓN DEL MÓDULO EN CONVOCATORIA FINAL ORDINARIA

La calificación final ordinaria de los módulos compartidos con la empresa se calculará aplicando los siguientes criterios de calificación:

Calificaciones parciales de cada curso:

Se tendrán en cuenta las calificaciones parciales de los dos cursos de formación (ambas serán calificaciones sobre 10, expresadas en números enteros del 1 al 10), según el siguiente detalle:

A. La calificación del período de formación en el centro educativo.

Esta calificación está recogida en un acta específica. Los alumnos que en la calificación parcial anterior obtengan una calificación inferior a 5 puntos, realizarán una prueba de evaluación final, al objeto de comprobar que han adquirido el adecuado nivel de competencia respecto de los resultados de aprendizaje asociados a los contenidos mínimos del título del módulo profesional concreto. El resultado de esa prueba, expresado en número entero del 1 al 10, se tendrá en cuenta para la evaluación de calificación final ordinaria del módulo.

B. La calificación obtenida al finalizar el período de formación en la empresa durante el segundo curso, que está consignada en un documento escrito que facilitará el Instituto.

La calificación final ordinaria del módulo será la media ponderada de las calificaciones parciales de los dos cursos, redondeando matemáticamente el resultado de la media. La nota mínima de calificación parcial de cada curso para hacer media es de 4 puntos. La ponderación de las calificaciones parciales de los dos cursos será la siguiente:

- El 80% de la nota corresponderá a la calificación del período de formación en el centro educativo (primer curso).
- El 20% de la nota corresponderá a la calificación del período de formación en la empresa (segundo curso).

CALIFICACIÓN DEL MÓDULO EN CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

Los/as alumnos/as que suspendan la convocatoria ordinaria deberán hacer una prueba de evaluación final en la convocatoria extraordinaria, al objeto de comprobar que han adquirido el adecuado nivel de competencia respecto de los resultados de aprendizaje asociados a los contenidos del currículo del módulo profesional concreto.

13. ACTIVIDADES DE RECUPERACIÓN PARA LOS ALUMNOS/AS CON MATERIAS PENDIENTES DEL CURSO ANTERIOR Y LAS PROFUNDIZACIONES Y REFUERZOS PARA LOGRAR DICHA RECUPERACIÓN

Cuando no se haya alcanzado una valoración suficiente en alguno de las materias evaluadas, en la convocatoria ordinaria de junio de 2022, se realizarán actividades de repaso y recuperación para la superación de las deficiencias y de los fallos detectados. Estas actividades pueden consistir, según la naturaleza de los conceptos y conocimientos implicados, en controles y pruebas.

En caso de no superar la evaluación ordinaria, los alumnos tendrán como posibilidad una evaluación extraordinaria, que consistirá en la realización de una serie de cuestiones, ejercicios

y pruebas teórico-prácticas relacionadas con la materia pendiente. Esta fase se llevará a cabo en el mes de junio 2022.

14. MATERIALES, TEXTOS Y RECURSOS DIDÁCTICOS

Es imprescindible contar con un aula específica de ofimática para impartir las enseñanzas del ciclo formativo. Además, es necesario disponer de material audiovisual, ordenadores con conexión a Internet, red e impresora.

Se trabajará durante todo el curso en la plataforma Aula Virtual de EducaMadrid, herramienta facilitada por el centro; para el acceso y utilización de dicho recurso educativo (profesor y alumnado), se utilizarán las cuentas de usuario y contraseñas facilitadas por el centro al inicio de curso; no se requiere introducir datos personales.

Se seguirá este libro de texto para la impartición de la materia “Comunicación empresarial y atención al cliente”, de los autores Francisco Javier Ariza Ramírez y Juan Manuel Ariza Ramirez, de la editorial Mc Graw Hill Education.

15. MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

Se aplicará una metodología que lleve a todo el alumnado a asimilar los conceptos básicos necesarios, reduciendo al máximo la simple memorización y que permita realizar la práctica correspondiente, adaptándose convenientemente a cada uno/a de los/as alumnos/as.

Las explicaciones impartidas en el aula se presentarán junto con el desarrollo de actividades prácticas que optimicen el proceso de enseñanza-aprendizaje. Las actividades se establecerán en grado creciente de dificultad, de manera que la ejecución de una sirva de base para la siguiente y, además, sirva al alumno/a y al profesor como indicador para conocer el grado de consecución de los objetivos.

Para no limitar el aprendizaje del alumnado se programarán actividades o trabajos de ampliación para los alumnos/as más aventajados y de refuerzo para aquellos que deban recuperar conceptos que no dominan. También se facilitará al alumno/a que no supere la evaluación del módulo la recuperación del mismo, con actividades complementarias y nuevas pruebas orales o escritas, para que pueda demostrar que ha adquirido las capacidades terminales y los objetivos programados.

16. ADAPTACIONES CURRICULARES PARA LOS ALUMNOS/AS CON NECESIDADES EDUCATIVAS ESPECIALES

En el caso de alumnos/as con necesidades educativas especiales, se atenderá en cada caso concreto con adaptaciones no significativas.

Dependiendo de la necesidad del alumno/a, se colocarán junto a compañeros/as con los que puedan beneficiarse del trabajo en equipo. El profesor atenderá el trabajo individual de cada alumno/a bien en el aula o fuera de ella.

En caso de un alumno/a con capacidades superiores, el profesor le proporcionará recursos y trabajo de investigación complementario para que el alumno/a desarrolle su capacidad.

17. PROMOCIÓN A SEGUNDO CURSO

En el acta de junio de 2021 se determinará qué alumnos son aptos para realizar las prácticas curriculares externas en empresas. Esta decisión se tomará de acuerdo con criterios objetivos que deberán atender: a la actitud del alumno, la adquisición de competencias personales y a la adquisición de competencias profesionales, relacionadas con los resultados de aprendizaje superados en la formación del centro.

Para promocionar y pasar a segundo curso, los/as alumnos/as no podrán tener suspensos módulos que, en su conjunto, superen un total de 7 horas semanales en cómputo anual. Tampoco podrán promocionar a segundo curso aquellos alumnos que hayan abandonado, aplicando el Reglamento de Régimen Interior del Centro.

Los alumnos que no resulten aptos para la realización de las prácticas curriculares externas, podrán repetir el primer curso dentro de la modalidad de Dual.

18. PROGRAMA FORMATIVO DEL SEGUNDO CURSO DE FORMACIÓN EN LA EMPRESA

El centro elaborará, con la participación del responsable de la formación en la empresa, el programa formativo del ciclo, atendiendo a las características de la empresa.

En de dicho programa formativo se incluirán los contenidos en la empresa, resultados de aprendizaje y criterios de evaluación del módulo, además de la organización y líneas generales del programa de formación (duración, instrumentos y procedimientos de seguimiento, distribución de contenidos y criterios de evaluación y calificación).

19. DIFUSIÓN DE LA PROGRAMACIÓN AL ALUMNADO Y SUS FAMILIAS

Es importante indicar que se informará debidamente al alumno/a (y a su familia, en su caso) de los puntos más importantes de esta programación. Además, con dicho fin, esta programación didáctica será publicada en la página web del centro.

20. EVALUACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN Y LA PRÁCTICA DOCENTE

Dicha programación será evaluada a lo largo del curso para poder mejorar la práctica docente, adaptándola a las necesidades del aula. Para ello, existe un procedimiento de seguimiento de las programaciones, que consta de contenidos, calificaciones, dificultades encontradas y propuestas de mejora. Además, para la evaluación de la práctica docente, el profesor facilitará al alumnado un cuestionario de carácter anónimo al finalizar cada uno de los trimestres, con el fin de disponer de información externa al propio docente.