



Unión Europea
Fondo Social Europeo
El FSE invierte en tu futuro

MÓDULO DE

"COMUNICACIÓN EMPRESARIAL

Y

ATENCIÓN AL CLIENTE"

CÓDIGO: 0437 CEP

I.E.S. SANTA BRÍGIDA

CURSO 2017-2018

NOMBRE DEL CENTRO	Instituto de Enseñanza Secundaria de Santa Brígida
CURSO	2017 – 2018
DEPARTAMENTO	Administración de Empresas
CICLO	Medio Gestión Administrativa (LOE)
MATERIA/MODULO	COD: CEP - COMUNICACION EMPRESARIAL Y ATENCIONAL CLIENTE
NIVEL	PRIMERO (1º)
FINANCIACIÓN	Estos estudios están cofinanciados por el Fondo Social Europeo, en el marco del Programa Operativo de Empleo, Formación y Educación 2014-2020

INDICE

1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

2. CAPACIDADES TERMINALES DEL MÓDULO/RESULTADO DE APRENDIZAJE.

3. SECUENCIACIÓN DE CONTENIDOS

4. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

5. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN (INCLUYENDO: RECUPERACIÓN DE EVALUACIÓN, SISTEMAS EXTRAORDINARIOS DE EVALUACIÓN, PROMOCIÓN Y RECUPERACIÓN DE MÓDULO PENDIENTE).

6. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

7. METODOLOGÍA

8. RECURSOS DIDÁCTICOS

9. ACTIVIDADES EXTRAESCOLARES Y COMPLEMENTARIAS.

10. EDUCACIÓN EN VALORES

1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

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

- **Denominación:** Gestión Administrativa.
- **Nivel:** Formación profesional de Grado Medio.
- **Duración:** 2000 horas.
- **Familia Profesional:** Administración y Gestión.
- **Referente europeo:** CINE-3 (Clasificación Internacional Normalizada de la Educación).

Las enseñanzas del Título de Técnico en Gestión Administrativa se recogen en el Real Decreto 1631/2009, de 30 de octubre, (BOE 1 de diciembre de 2009).

En dicho texto legal, y en sus desarrollos a nivel autonómico, se recogen el perfil, entorno y competencias profesionales, los contenidos y los objetivos generales y los criterios de evaluación de los Módulos profesionales que constituyen el Título.

La organización de la actividad productiva de las empresas y del trabajo exige actualmente a los profesionales de la gestión administrativa una gran polivalencia, así como una serie de competencias personales y sociales relacionadas con el trabajo en equipo, la autonomía e iniciativa en la toma de decisiones y en el desarrollo de tareas y la vocación de atención al público.

Se incrementa el número total de profesionales del área administrativa, tanto por implantación de nuevas empresas de todos los sectores económicos como por desarrollo de las ya existentes. Desde el punto de vista de la externalización, cada vez más compañías deciden sub-contratar a empresas especializadas toda o parte de su gestión administrativa, lo que, lógicamente, implica el crecimiento y proliferación de empresas dedicadas en exclusiva a prestar servicios administrativos a otras (gestorías, asesorías, consultoras, centros de servicios, etc.).

El cambio constante en legislación, tipos de documentos y la integración de los procedimientos administrativos utilizados por la empresa, demanda de estos profesionales una actualización continua y actitudes favorables hacia el aprendizaje a lo largo de toda la vida, la auto-formación y la responsabilidad.

La creciente competitividad en el mundo empresarial requiere, asimismo, profesionales capaces de desarrollar su actividad en un entorno de gestión de calidad, con importancia de la seguridad laboral y el respeto al medio ambiente.

Bloques de contenidos Unidades				Temporalización	
				Horas	Evaluación
Bloque	Presentación del	Introducción / Simulación		2	1ª Trimestre
Introd.	Módulo				
Bloque I Comunicación	Oral	UT1	Empresa y comunicación		(60 horas)
		18			
		UT2	La comunicación presencial		UT3 Comunicación telefónica)
		20			
Bloque II Comunicación	Escrita				20
		UT4	Comunicaciones escritas	25	2ª Trimestre (55 horas)
		UT5	El tratamiento de la correspondencia y paquetería		
		15			
		UT6	Archivo y clasificación de documentos		3ª Trimestre
		15			
		UT7	Detección y satisfacción de las necesidades del cliente	15	
Bloque III Marketing		UT8	Atención de quejas y reclamaciones		(45 horas)
		15			
		UT9	Potenciación de la imagen empresarial		
		15			

Total: 160

Se han secuenciado y temporalizado nueve unidades en tres bloques temáticos. La duración de cada unidad didáctica se podrá ampliar o reducir según las necesidades educativas, con la lógica flexibilidad que ha de acompañar siempre a la tarea docente.

Se ha programado una unidad introductoria en la que se realiza la presentación del módulo profesional, de la programación que se seguirá durante el curso y se presenta un modelo de simulación empresarial que el alumno tendrá que ir realizando durante el curso.

En esta unidad introductoria también se coloca al alumno/a ante una simulación de los procesos reales de trabajo, relacionadas con este módulo, que un Técnico en Gestión Administrativa tiene que realizar en la empresa. Durante el curso al finalizar cada una de las unidades, en la práctica final que aparece en el libro de texto, los alumnos deberán realizar los procesos y operaciones necesarias para el desarrollo de estas actividades solucionando interrogantes, identificando trámites, cumplimentando documentos, realizando cálculos y proponiendo soluciones. Para ello tendrán que ser capaces de globalizar conocimientos aplicando correctamente los conceptos, técnicas y saberes que van adquiriendo a lo largo de las unidades del libro.

Esta unidad de trabajo queda abierta y se cerrará al finalizar el curso, cuando los alumnos/as presenten la resolución de todas las actividades planteadas mediante una exposición y posterior debate en el aula sobre todo el trabajo realizado.

UNIDAD 1

Empresa y comunicación

Resultados de aprendizaje

Seleccionar las técnicas de comunicación adecuadas, relacionándolas con la estructura e imagen de la empresa y los flujos de información existentes en ella.

Criterios de evaluación

- Se han diferenciado los tipos de organizaciones y sus organigramas funcionales.
- Se ha reconocido la necesidad de comunicación entre las personas que forman una organización.
- Se ha distinguido entre comunicación e información.
- Se han descrito los elementos y procesos que intervienen en la comunicación.
- Se han diferenciado las comunicaciones internas y externas.
- Se han identificado los flujos de información dentro de la empresa.
- Se han diferenciado los conceptos de imagen y cultura de la empresa.
- Se ha seleccionado el destinatario y el canal adecuado para cada situación.
- Se ha determinado la mejor forma y actitud a la hora de presentar el mensaje.
- Se han analizado los obstáculos que pueden existir en un proceso de comunicación.

Contenidos

CONCEPTUALES

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.

PROCEDIMENTALES

Identificación de distintos tipos de organizaciones y su organigrama funcional.

- Análisis de los conceptos de imagen y cultura de la empresa.
- Reconocimiento de los elementos y procesos que intervienen en la comunicación.
- Presentación adecuada de un mensaje.
- Adecuación de la información al destinatario y al canal.
- Identificación de los flujos de información dentro de la empresa.
- Detección de los obstáculos que pueden existir en un proceso de comunicación.

ACTITUDINALES

- Importancia de la información en la empresa.
- Importancia de la necesidad de comunicación entre los miembros de una organización.

Indicaciones metodológicas

En esta primera unidad se pretende, en un primer momento, acercar al alumno/a a la realidad de la empresa presentándole la empresa y su organización como un conjunto de elementos que se ordenan y organizan de una manera concreta para la consecución de unos objetivos. Esta aproximación a la empresa y su organización deben servir al alumno/a para situarse de cara a las funciones que tendrá que desarrollar a lo largo de este módulo profesional.

En concreto en esta primera unidad el alumno/a debe desarrollar la capacidad de utilizar las técnicas de comunicación adecuadas a cada situación concreta. Para ello partiremos de la explicación de los elementos y procesos que intervienen en la comunicación y la identificación de los flujos de información dentro de la empresa, para que el alumno/a sea capaz de realizar una presentación adecuada de la información, adecuando el mensaje al destinatario y al canal.

Por último el análisis de las posibles barreras a la comunicación pretende conseguir que el alumno/a sea capaz de detectar los obstáculos que pueden dificultar la comunicación y las soluciones que pueden adoptarse para paliar sus efectos.

Temporalización: 18 horas.

UNIDAD 2

La comunicación presencial

Resultados de aprendizaje

Transmitir información de forma oral, vinculándola a los usos y costumbres socio-profesionales habituales en la empresa.

Criterios de evaluación

- Se han identificado los principios básicos a tener en cuenta en la comunicación verbal.
- Se ha elaborado el mensaje verbal, de manera concreta y precisa, valorando las posibles dificultades en su transmisión.
- Se ha utilizado el léxico y las expresiones adecuadas al tipo de comunicación y a los interlocutores.
- Se ha identificado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales.
- Se ha presentado el mensaje verbal elaborado utilizando el lenguaje no verbal más adecuado.
- Se han tenido en cuenta las costumbres socioculturales y los usos empresariales.
- 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.
- Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y sensibilidad.
- Se han analizado los errores cometidos y propuesto las acciones correctivas necesarias.

Contenidos

CONCEPTUALES

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.

PROCEDIMENTALES

- Elaboración del mensaje verbal en la comunicación presencial.
- Adaptación de la comunicación al interlocutor.
- Utilización del protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales.
- Identificación de las posibles dificultades de transmisión.
- Análisis de errores cometidos y propuesta de correcciones.

ACTITUDINALES

- Importancia de que la transmisión de la información se realice con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y sensibilidad.
- Importancia de adaptar la actitud y conversación a cada situación concreta.
- Valoración del uso del léxico y expresiones adecuadas en las comunicaciones presenciales.

Indicaciones metodológicas

Esta unidad pretende desarrollar en el alumno/a la capacidad para transmitir información de forma oral, de acuerdo con los usos y costumbres socio-profesionales habituales en la empresa, especialmente en la recepción de visitas y la atención a clientes.

Para ello, se comienza analizando los aspectos de comunicación verbal y no verbal que deben cuidarse para la presentación del mensaje, valorando las posibles dificultades en su transmisión. A continuación se analizan las costumbres socioculturales y los usos empresariales habituales, especialmente en la atención de visitas.

Por último la valoración de si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y sensibilidad pretende conseguir que el alumno/a sea capaz de analizar errores cometidos y de proponer las acciones correctivas necesarias.

Temporalización: 20 horas.

UNIDAD 3

Comunicación telefónica

Resultados de aprendizaje

Recepcionar, procesar y transmitir información de forma oral en las comunicaciones telefónicas.

Criterios de evaluación

- 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.
- Se ha elaborado el mensaje verbal de manera concreta y precisa, valorando las posibles dificultades en su transmisión en las comunicaciones telefónicas.
- Se ha presentado el mensaje verbal elaborado utilizando el lenguaje no verbal más adecuado en las comunicaciones telefónicas.
- Se han utilizado equipos de telefonía aplicando las normas básicas de uso.
- Se ha identificado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones no presenciales.
- Se ha identificado al interlocutor, observando las debidas normas de protocolo, adaptando la actitud y conversación a la situación de la que se parte.
- Se ha utilizado el léxico y expresiones adecuados en las comunicaciones telefónicas.
- Se han analizado los errores cometidos y se han propuesto las acciones correctivas necesarias.

Contenidos

CONCEPTUALES

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.

PROCEDIMENTALES

- Elaboración del mensaje verbal.
- Adaptación de la comunicación telefónica.
- Utilización del protocolo de comunicación verbal y no verbal.
- Utilización de equipos de telefonía.
- Identificación de las posibles dificultades de transmisión.
- Análisis de errores cometidos y propuesta de correcciones.

ACTITUDINALES

- Importancia de que la transmisión de la información se realice con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y sensibilidad.
- Valoración del uso del léxico y expresiones adecuadas en las comunicaciones telefónicas.
 - Importancia de la confidencialidad de las llamadas telefónicas.

Indicaciones metodológicas

Esta unidad pretende desarrollar en el alumno la capacidad para receptionar, procesar y transmitir información de forma oral en las comunicaciones telefónicas, de acuerdo con los usos y costumbres socio-profesionales habituales en la empresa, especialmente en una centralita telefónica.

Para ello, se comienza analizando los aspectos de comunicación verbal y no verbal que deben cuidarse en las comunicaciones telefónicas. A continuación se analizan los distintos tipos de equipos y servicios de telefonía, para centrarse en el tratamiento de las llamadas telefónicas en una centralita, observando las costumbres y usos empresariales habituales y las normas de protocolo al teléfono. El análisis de los factores que influyen en la correcta transmisión de la información pretende conseguir que el alumno/a sea capaz de analizar errores cometidos y de proponer las acciones correctivas necesarias.

Por último el estudio de las normas de seguridad, registro y confidencialidad de las llamadas telefónicas pretende conseguir que el alumno/a tome conciencia de la importancia de respetar la privacidad y la intimidad de este tipo de comunicaciones.

Temporalización: 20 horas.

UNIDAD 4

Comunicaciones escritas

Resultados de aprendizaje

- Transmitir información escrita, aplicando las técnicas de estilo a diferentes tipos de documentos propios de la empresa y de la Administración Pública.
- Recibir y procesar las comunicaciones internas y externas.

Criterios de evaluación

- Se ha clasificado las tipologías más habituales de documentos dentro de la empresa según su finalidad.
- Se ha redactado el documento apropiado, cumpliendo las normas ortográficas y sintácticas en función de su finalidad y de la situación de partida.
- Se han identificado los soportes para elaborar y transmitir los documentos: tipo de papel, sobres y otros.
- Se han diferenciado en función de los criterios de rapidez, seguridad y confidencialidad.
- Se han identificado los canales de transmisión: correo convencional, correo electrónico, fax, mensajes cortos o similares.
- Se ha identificado al destinatario observando las debidas normas de protocolo.
- Se han identificado las herramientas de búsqueda de información para elaborar la documentación.

Contenidos

CONCEPTUALES

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.

PROCEDIMENTALES

- Distinguir las características propias de la comunicación oral y escrita.
- Usar correctamente el lenguaje al redactar documentos escritos.
- Aplicar los principios fundamentales de redacción en la elaboración de documentos escritos.
- Usar adecuadamente las normas de protocolo en la redacción de documentos escritos.
- Elaborar documentos escritos aplicando un uso correcto del lenguaje.
- Elaborar documentos escritos en los que se cumplan las normas de estilo y presentación.
- Usar adecuadamente cada tipo de documento en función a su finalidad, cumpliendo con las normas de estilo y presentación estudiadas.
- Aplicación adecuada de la normalización de impresos y documentos en una situación real.
- Desarrollar técnicas de búsqueda de información en bases de datos, Internet y Boletines Oficiales, a fin de facilitar la obtención de información.

ACTITUDINALES

- Valorar la importancia de una adecuada redacción de documentos escritos para el desarrollo de la imagen empresarial.
- Importancia de usar un tratamiento adecuado al destinatario al elaborar un documento escrito.
- Importancia de la elaboración de documentos escritos aplicando un uso correcto del lenguaje.
- Importancia de las normas de estilo para la imagen de la empresa.
- Valorar el uso adecuado de cada tipo de documento según la situación, respetando la organización interna preestablecida en cada uno de ellos.
- Valorar la importancia de la aplicación de las técnicas 3R en la empresa como un medio de incremento de eficiencia.
- Valorar la importancia de los distintos soportes digitales y telemáticos como medio de transmisión y consulta de información.
- Valorar la importancia de las bases de datos y los procesadores de texto como instrumentos

válidos para la obtención de información y elaboración de documentos escritos.

Indicaciones metodológicas

En esta unidad, se pretende desarrollar en el alumno/a la capacidad para transmitir información escrita, aplicando las técnicas de estilo a diferentes tipos de documentos propios de la empresa y de la Administración Pública, también debe ser capaz de recibir y procesar las comunicaciones internas y externas correctamente.

Para ello, se comienza analizando los elementos de la comunicación escrita, la redacción de documentos y los tipos de documentos propios de la empresa y la Administración Pública. A continuación se analizan los distintos soportes y canales para la transmisión de documentos, para que el alumno/a sea capaz de seleccionar y utilizar el más adecuado.

El análisis de las herramientas de búsqueda de información y el uso de las aplicaciones informáticas debe hacerse en coordinación con el profesor/ra encargado/a del desarrollo del módulo de *Tratamiento informático de la información*.

Temporalización: 25 horas.

UNIDAD 5

El tratamiento de la correspondencia y paquetería

Resultados de aprendizaje

Transmitir, recepcionar y procesar las comunicaciones internas y externas de la empresa y de la Administración Pública.

Criterios de evaluación

- Se han identificado las tareas que hay que realizar en el tratamiento de la correspondencia y paquetería en las empresas e instituciones públicas.
- Se han cumplimentado los libros de registro de entrada y salida de correspondencia y paquetería en soporte informático y/o convencional.
- Se han identificado los distintos medios para realizar el envío de la correspondencia y paquetería, determinando su coste y tiempo de envío.
- Se han descrito las funciones y procedimientos básicos relativos a los medios telemáticos utilizados

en el tratamiento de la correspondencia y paquetería.

- Se ha aplicado correctamente la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos establecida para las empresas e instituciones públicas y privadas.

Contenidos

CONCEPTUALES

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.

PROCEDIMENTALES

- Registrar, clasificar y distribuir correctamente la correspondencia de entrada en la empresa.
- Recoger, registrar y enviar correctamente la correspondencia de salida de la empresa.

- Distinguir los principales servicios y tipos de envío de correspondencia y paquetería disponibles en el mercado.

ACTITUDINALES

- Importancia de la sistematicidad y el orden en el tratamiento de los distintos tipos de correspondencia.
- Valorar la comodidad que proporcionan tanto la Administración electrónica como la firma digital en la gestión de comunicaciones con la Administración.
- Valorar la importancia del derecho a la intimidad personal de los ciudadanos en su correspondencia.
- Importancia de respetar la confidencialidad de los documentos empresariales, valorando la repercusión de un posible incumplimiento.

Indicaciones metodológicas

En esta unidad, se pretende desarrollar en el alumno la capacidad para transmitir, recepcionar y procesar las comunicaciones internas y externas de la empresa y la Administración Pública.

Para ello, se comienza analizando la circulación de la correspondencia en la empresa, con especial detenimiento en el registro de las entradas y salidas. A continuación se analizan los distintos servicios de correspondencia y paquetería que ofertan Correos y las empresas de mensajería, para que el alumno/a sea capaz de seleccionar y utilizar el más adecuado en cada situación. El análisis de los medios telemáticos acerca al alumno/a a la realidad actual del uso de la tecnología al servicio de estas comunicaciones en la empresa y la Administración Pública.

Por último el estudio de las normas de seguridad y confidencialidad pretende conseguir que el alumno/a tome conciencia de la importancia de respetar la privacidad y la intimidad de este tipo de comunicaciones.

Temporalización: 15 horas.

UNIDAD 6

Archivo y clasificación de documentos

Resultados de aprendizaje

- Archivar información en soporte papel e informático, reconociendo los criterios de eficiencia y ahorro en los trámites administrativos.
- Gestionar el archivo en soporte convencional e informático.

Criterios de evaluación

- Se ha descrito la finalidad de organizar la información y los objetivos que se persiguen.
- 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.
- Se han aplicado técnicas de archivo en los intercambios de información. telemática.
- Se han identificado los distintos soportes de archivo y registro, así como las prestaciones de las aplicaciones informáticas más utilizadas.
- Se han identificado las principales bases de datos de las organizaciones.
- Se han reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación, detectando los errores que puedan producirse.
- Se han aplicado las técnicas 3R en la elaboración y archivo de la documentación.
- Se han aplicado los niveles de protección, seguridad y acceso a la información, así como la normativa vigente en documentos físicos e informáticos.

Contenidos

CONCEPTUALES

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.

PROCEDIMENTALES

- Clasificar y ordenar adecuadamente los principales documentos empresariales en función del sistema de clasificación más adecuado al caso.
- Aplicar convenientemente los procedimientos de gestión de documentación, según su vida útil.
- Aplicación de la Ley Orgánica de Protección de Datos (LOPD) en la labor de archivo.

ACTITUDINALES

- Valorar la sistematicidad en el desarrollo de labores de archivo.
- Valorar la importancia del archivo para la obtención de información empresarial y para la posterior toma de decisiones.
- Importancia de la gestión informática de datos para la obtención de información.
- Importancia de la aplicación de las técnicas 3R en la labor de archivo.
- Sensibilizar sobre los riesgos que tiene para una empresa no proteger convenientemente los datos personales archivados.

Indicaciones metodológicas

Durante esta unidad se debe desarrollar en el alumnado una cierta sensibilidad acerca de la importancia que la labor de archivo y la gestión de los datos contenidos en él tiene para la empresa. Para

ello se deberá hacer especial hincapié en la relación existente entre datos, información y toma de decisiones, así como en las obligaciones legales relacionadas con la conservación de documentación, resaltando las responsabilidades que podría acarrear un posible incumplimiento. Finalmente será necesario destacar el especial cuidado y protección que deberá tenerse con los datos de carácter personal.

Además se buscará que el alumno sea capaz de archivar convenientemente documentación, tanto en soporte papel como informático. Para ello deberá conocer los distintos sistemas de clasificación de documentos, el procedimiento de gestión de documentación a seguir desde que un documento entra en el archivo hasta que sale para ser destruido, los sistemas de gestión de datos informáticos y los soportes y dispositivos de archivo más comúnmente utilizados.

Para el desarrollo adecuado de esta unidad sería conveniente que al trabajarla se intente poner de relieve la necesidad permanente de comportamientos sistemáticos en el desarrollo de la labor de archivo, ya que la utilización por todos los trabajadores de reglas y procedimientos previamente establecidos facilita enormemente que la labor de archivo sea útil y rentable en cualquier actividad empresarial.

Temporalización: 15 horas.

UNIDAD 7

Detección y satisfacción de las necesidades del cliente

Resultados de aprendizaje

- Reconocer las necesidades de posibles clientes a través de la aplicación de técnicas de comunicación.
- Aplicar procedimientos de calidad en la atención al cliente, identificando los estándares establecidos.

Criterios de evaluación

- Se ha descrito la figura del cliente y su importancia para la empresa.
- Se han diferenciado los distintos tipos de cliente de una empresa.
- Se ha identificado el comportamiento del cliente.
- Se han analizado las motivaciones de compra o demanda de servicios.
- Se han descrito las fases del procedimiento de relación con los clientes.
- Se ha observado la debida forma y actitud al atender a un cliente.
- Se han identificado los errores más habituales en la comunicación con un cliente.

- Se han descrito las funciones del departamento de atención al cliente en una empresa.
- Se han definido las variables del servicio postventa y su relación con la fidelización.
- Se han detectado errores producidos en la prestación de un servicio.
- Se han tratado las anomalías producidas en la prestación de un servicio.

Contenidos

CONCEPTUALES

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.

PROCEDIMENTALES

- Análisis de los factores que influyen en el comportamiento de un cliente tipo.
- Análisis del proceso de compra desarrollado por un cliente tipo.
- Desarrollo adecuado del proceso comunicativo de atención a un cliente tipo.
- Tratamiento adecuado de las anomalías detectadas en el servicio.

ACTITUDINALES

- Importancia del conocimiento del cliente para lograr su fidelización.
- Importancia de la fidelización de la clientela.
- Importancia del departamento de atención al cliente para la satisfacción de la clientela.
- Importancia de la satisfacción global de la clientela para el futuro de la empresa.
- Importancia de la búsqueda de la excelencia empresarial.

Indicaciones metodológicas

Para el desarrollo adecuado de esta unidad se hace necesario hacer especial énfasis en conceptos como las expectativas de los clientes, la calidad, la fidelización o la excelencia, ya que de su desarrollo depende en gran parte el éxito empresarial.

Al comienzo de la unidad nos centraremos en el conocimiento de las necesidades del cliente y el proceso de compra seguido por éstos para lograr su satisfacción. Tras esto se estudiará cómo debe ser un servicio de atención al cliente de calidad, en el cual se busque en todo momento la satisfacción de la clientela, en base a las necesidades detectadas en ellos.

Posteriormente nos centraremos en estudiar más profundamente el concepto de calidad y su desarrollo en el proceso de atención al cliente. Para finalizar se pondrá de relieve la necesidad de evaluar del servicio prestado, estudiándose cómo deben ser tratadas las anomalías detectadas en el mismo.

En el desarrollo de la unidad se hace necesario colocar continuamente en el centro al cliente y a sus necesidades. A partir de ahí se desarrollará el resto de contenidos, teniendo siempre en cuenta que la satisfacción de las necesidades del cliente debe ser siempre lo primero.

Temporalización: 15 horas.

UNIDAD 8

Atención de quejas y reclamaciones

Resultados de aprendizaje

- Atender consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes aplicando la normativa vigente en materia de consumo.
- Aplicar procedimientos de calidad en la atención al cliente, identificando los estándares establecidos.

Criterios de evaluación

- Se ha valorado la importancia del servicio postventa en los procesos comerciales.
- Se han diferenciado los tipos de demanda o reclamación.
- Se han identificado los elementos de una queja o reclamación.
- Se ha aplicado el tratamiento adecuado en la gestión de anomalías.
- Se ha reconocido el proceso a seguir en la resolución de reclamaciones.

- Se ha valorado la protección del consumidor.
- Se ha identificado la normativa en materia de consumo.
- Se ha utilizado el documento adecuado para gestionar una queja o reclamación.

Contenidos

CONCEPTUALES

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 10002.
- 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.

PROCEDIMENTALES

- Diferenciar las distintas opiniones de los clientes sobre el servicio recibido.
- Correcta elaboración de una reclamación.
- Correcta presentación de una reclamación.
- Tramitar correctamente una reclamación recibida.
- Correcta elaboración de una hoja de reclamaciones.
- Correcta presentación de una hoja de reclamaciones.
- Correcta tramitación administrativa de una hoja de reclamaciones.

ACTITUDINALES

- Valorar la satisfacción de la clientela con el servicio recibido.
- Valorar las opiniones negativas de los clientes para la implementación de procesos de mejora.
- Concienciar sobre los derechos que todo consumidor tiene y los mecanismos de actuación públicos y privados a su disposición.

Indicaciones metodológicas

El desarrollo de esta unidad comienza con un estudio de las posibles reacciones de un cliente tras recibir un bien o servicio. Se prestará especial atención a las manifestaciones negativas del cliente, las cuales suelen materializarse en una reclamación. Se procederá a analizar los elementos que la componen y se estudiará cómo deben ser gestionadas adecuadamente, mostrando especial atención a las directrices marcadas por la norma ISO 10002 para el desarrollo de una gestión de reclamaciones de calidad. En ellas, el cliente insatisfecho debe ser escuchado, ya que de él surgen oportunidades de mejora para la empresa.

Tras esto nos centraremos en estudiar la figura del consumidor, sus derechos, la normativa legal que lo protege y las instituciones públicas y privadas encargadas de ello.

Será importante destacar la existencia de mecanismos de defensa de los consumidores ante ciertos abusos empresariales. Dichas reclamaciones no deben ser interpretadas por la empresa como un castigo injustificado del cual deben defenderse, sino más bien como una oportunidad de mejora en la búsqueda de la satisfacción plena de su clientela.

Para finalizar, se estudiará la forma en la que un consumidor o usuario puede reclamar ante la Administración cualquier incumplimiento en el bien o servicio que ha recibido. Para ello se utilizará la hoja de reclamaciones. Se aprenderá cómo debe ser presentada, así como las actuaciones a desarrollar por la Administración para tramitarla y resolverla, mediando en todo momento entre empresa y consumidor.

Temporalización: 15 horas.

UNIDAD 9

Potenciación de la imagen empresarial

Resultados de aprendizaje

Potenciar la imagen de una empresa, reconociendo y aplicando los elementos y herramientas de marketing.

Criterios de evaluación

- Se ha identificado el concepto de marketing.
- Se han reconocido las funciones y objetivos principales del marketing.
- Se ha valorado la importancia del departamento de marketing.
- Se han diferenciado los elementos y herramientas básicas del marketing mix.
- Se ha valorado la imagen corporativa como medio de conseguir los objetivos empresariales.
- Se ha valorado la importancia de las Relaciones Públicas y de la atención al cliente.

Contenidos

CONCEPTUALES

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*

PROCEDIMENTALES

- Cálculo de la demanda potencial, demanda de empresa, demanda total y cuota de mercado en situaciones reales.
- Diferenciación de los distintos elementos, atributos y dimensiones de un producto.
- Correcta aplicación práctica de las distintas estrategias de marca.
- Correcta aplicación práctica de las distintas estrategias de precio.
- Elección adecuada del canal de distribución a utilizar en la comercialización de un determinado producto.
- Correcta aplicación práctica de las distintas estrategias de distribución.
- Correcta aplicación práctica de las distintas estrategias de comunicación.
- Detección de los intereses de cada *stakeholder* en una empresa tipo.

ACTITUDINALES

- Importancia del departamento comercial para el éxito empresarial.
- Puesta en valor del marketing relacional como elemento de fidelización de la clientela.
- Importancia de la coherencia interna entre los distintos elementos de una oferta comercial.
- Concienciar sobre la diferencia existente entre precio y valor de un producto.
- Valorar la función de los intermediarios en la actividad económica.

- Valorar las nuevas tendencias imperantes en cada una de las variables de marketing estudiadas.
- Valor de la imagen empresarial y la cultura empresarial como medio de satisfacción de las necesidades y deseos de la clientela.
- Importancia de la RSC para la creación de empresas socialmente responsables.

Indicaciones metodológicas

En esta última unidad el profesor debe, en primer lugar, poner de relieve la importancia que para la empresa tiene el departamento comercial, ya que éste es el único que está en continuo contacto con el entorno, con los clientes y con el mercado, proporcionando al resto de la organización información de extraordinario valor. Es el único que genera ingresos y, además, orienta las actuaciones del resto de la empresa en la búsqueda de la satisfacción de la clientela.

Posteriormente se procederá a explicar los distintos niveles de marketing, relacionado el logro de la ventaja competitiva previamente fijada con el desarrollo de un plan de marketing concreto, materializado en el desarrollo de la oferta comercial de la empresa. Tras ello se explicará cada uno de los componentes de la oferta comercial (producto, precio, comunicación y distribución), mostrando especial atención a las distintas estrategias comerciales que pueden ser desarrolladas mediante la actuación en cada uno de dichos elementos. Es importante poner énfasis en la necesidad de desarrollar una oferta comercial coherente, en la cual se transmita una misma idea a través de cada uno de sus elementos. El diseño de cada uno de ellos debe contribuir a la creación de sinergias que faciliten la creación y desarrollo de la mencionada ventaja competitiva.

Por último, en esta unidad se hará mención a la imagen empresarial, a la cultura empresarial y a la responsabilidad social corporativa. Estos elementos son esenciales para que la empresa transmita un mensaje único y creíble a la sociedad, en el cual cada uno de los grupos de interés en la empresa se ve representado.

Temporalización: 15 horas.

4. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

* CRITERIOS DE EVALUACIÓN DEL MÓDULO:

- Describir los objetivos y las funciones de los distintos tipos de empresas, e identificar cómo influye su actividad en el bienestar de la sociedad.
- Identificar los diferentes factores que intervienen en la actividad empresarial y relacionarlos con su finalidad.
- Describir los tipos de comunicación que se pueden emplear para obtener los objetivos y las funciones de los distintos tipos de proveedores, e identificar cómo influye su actividad en el bienestar de la sociedad y de nuestra supuesta empresa.
- A partir de unos datos supuestos, seleccionar la documentación necesaria para formalizar diferentes tipos de comunicaciones escritas.
- A partir de unos datos supuestos, seleccionar la documentación necesaria para formalizar diferentes tipos de pedidos comunicaciones orales.
- Describir los objetivos y las funciones de los distintos tipos de proveedores, e identificar cómo influye su actividad en el bienestar de la sociedad.
- Forma jurídica más adecuada, explicando ventajas e inconvenientes.
- Complimentar documentos vistos en la unidad.
- Proyecto de creación de empresa

* CRITERIOS COMUNES DE EVALUACIÓN:

1. - TRABAJO INDIVIDUAL Y EN EQUIPO:

- a. - Asistencia, horas efectivas de realización del trabajo.
- b. - Participación, implicación en el desarrollo de las tareas marcadas.

2. - DOMINAR ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN: (Pruebas Teóricas)

- a. - Transmitir la información con coherencia en el lenguaje, de forma creativa y clara.
- b. - Adecuar el mensaje al contexto de las comunicaciones.

3. - SELECCIONAR Y UTILIZAR FUENTES DE INFORMACIÓN Y FORMACIÓN: (Pruebas Prácticas)

- a. - Comprensión y asimilación de contenidos.
- b. - Aplicación de contenidos.

4.- DESARROLLAR INICIATIVAS, RESPONSABILIDAD, IDENTIDAD Y MADUREZ PROFESIONAL:

- a.- Actitud responsable, con iniciativa y madurez, aprovechando las características y posibilidades personales o del entorno.

*** CRITERIOS COMUNES DE COMPETENCIAS PROFESIONALES:**

A) Ha desarrollado todas de forma muy adecuada: El alumno/a cumple todas las capacidades de forma muy satisfactoria.

B) Ha desarrollado todas de forma adecuada: El alumno/a cumple satisfactoriamente las capacidades terminales del módulo en concreto.

C) Ha desarrollado todas de forma irregular: El alumno/a cumple todas las capacidades con diferentes niveles de rendimiento.

D) Ha desarrollado algunas: El alumno/a cumple sólo determinadas capacidades exigidas. **E)** No las ha desarrollado: El alumno/a no desarrolla ninguna de las capacidades.

5. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN (INCLUYENDO: RECUPERACIÓN DE EVALUACIÓN SISTEMAS EXTRAORDINARIOS DE EVALUACIÓN, PROMOCIÓN Y RECUPERACIÓN DE MÓDULO PENDIENTE).

LA EVALUACIÓN:

◆ El docente considerará las capacidades terminales como expresión de los resultados que deben ser alcanzados por los alumnos y alumnas en el proceso de enseñanza-aprendizaje, y los criterios de evaluación como referencia del nivel aceptable de esos resultados.

◆ La evaluación será continua, en cuanto que está inmersa en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

◆ Así entendida, sería otra de las dimensiones sobre las que se extiende el proceso educativo, gracias a la cual, el aprendizaje puede retroalimentarse permanentemente con la información obtenida e introducir las mejoras y adaptaciones oportunas.

◆ La información que es preciso recoger y evaluar se refiere a la marcha y a los resultados del proceso educativo en su totalidad, y no sólo al alumnado. Por tanto, desde esta perspectiva, también deben ser objeto de evaluación el diseño y planificación del proceso de enseñanza-aprendizaje, las estrategias metodológicas y los resultados alcanzados en relación con los objetivos propuestos. Así, desde esta nueva concepción, evaluar es mucho más que calificar; significa enjuiciar, tomar decisiones sobre nuevas acciones a emprender y, en definitiva, transformar para mejorar. La detección y satisfacción de las necesidades educativas es lo que da sentido a la evaluación.

◆ Desde una perspectiva práctica, la evaluación debe ser:

- 1) Individualizada, centrándose en las particularidades de cada alumno/a y en su evolución.
- 2) Integradora, para lo cual tiene en cuenta las características del grupo a la hora de seleccionar los criterios de evaluación.
- 3) Cualitativa, ya que además de los aspectos cognitivos, se evalúan de forma equilibrada los diversos niveles de desarrollo del alumno/a.
- 4) Orientadora, dado que aporta al alumnado la información precisa para mejorar su aprendizaje y adquirir estrategias apropiadas.
- 5) Continua, entendiendo el aprendizaje como un proceso continuo, contrastando los diversos momentos o fases:
 - Evaluación inicial de los conocimientos de partida del alumnado y de sus características personales, de forma que se puedan adaptar los aprendizajes a las diferencias individuales.

- Evaluación continua de la evolución a lo largo del proceso enseñanza-aprendizaje.

- Evaluación final de los resultados finales del proceso de aprendizaje.

◆ Cuando se lleven a cabo actividades y trabajos en grupo (debates, informes, trabajos, exposiciones...) se calificarán los mismos evaluándose, en su caso, tanto la calidad de los trabajos o informes, como la claridad de las exposiciones y el interés y la participación en las actividades, teniéndose en cuenta también la integración de los/as alumnos/as en el grupo y el diálogo con los otros grupos.

◆ También, es de gran importancia la realización de trabajos y actividades individuales, escritos y orales, la resolución de ejercicios y cuestionarios, con el fin de conocer y evaluar el grado de comprensión con que van adquiriendo individualmente los conocimientos. De este modo se podrán poner de manifiesto las deficiencias o errores en la comprensión de los conceptos y procesos.

◆ En cada una de las U.D. se expresan las actividades de evaluación que corresponden a cada una de ellas

◆ La evaluación de los aprendizajes del alumnado con necesidades educativas especiales que curse este nivel, se realizará tomando como referencia los criterios de evaluación propuestos, en todo caso, asegurarán un nivel suficiente de consecución de las capacidades correspondientes imprescindibles para conseguir la titulación.

RECUPERACIÓN DE LA EVALUACIÓN:

El/a alumno/a que no supere la evaluación correspondiente deberá realizar nuevas pruebas, actividades de refuerzo, así como elaborar aquellos trabajos que se consideren necesarios para poder conseguir los objetivos propuestos en la evaluación correspondiente que no se haya superado.

Los/as alumnos/as que precisen de sistemas extraordinarios de evaluación por inasistencia, deberán completar las actividades, trabajos y pruebas que hayan realizado sus compañeros.

SISTEMAS EXTRAORDINARIOS DE EVALUACIÓN:

Los/as alumnos/as que precisen de sistemas extraordinarios de evaluación por inasistencia, deberán completar las actividades, trabajos y pruebas que hayan realizado sus compañeros/as, siendo posible su adaptación, atendiendo a los motivos que causaran dicha inasistencia, además tendrán que superar el examen del tipo del puesto en su momento a los compañeros.

RECUPERACIÓN DEL MÓDULO:

Las recuperaciones se realizarán de una forma distinta en cada una de las U.D. dada la idiosincrasia de las mismas, pero en todos los casos hay que tener en cuenta que si la evaluación es continua a lo largo del proceso de enseñanza-aprendizaje, la recuperación tendrá el mismo carácter y con la particularidad de que el/la profesor/a no comenzará una nueva U.D., si la mayoría del alumnado no ha conseguido superar los contenidos mínimos de la anterior, en todo caso harán el examen correspondiente.

PROMOCIÓN:

Los/as alumnos/as podrán promocionar con este Módulo siempre y cuando hayan conseguido superar más del 75% de las capacidades terminales y de los contenidos mínimos del mismo (40% del trabajo en equipo, el 50% de las estrategias de comunicación, el 40% de selección y utilización de fuentes de información y formación, el 60% de iniciativas, responsabilidades y madurez profesional).

6. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Procedimientos: 50% de la calificación.

- “ La realización de los ejercicios prácticos en clase.
- “ Realización de controles prácticos.

En los exámenes prácticos se le dará una puntuación máxima de 10 puntos y a dicha puntuación se le irá **descontando 0,10** puntos por cada uno de los siguientes errores:

- ∅ Espacios interlineales en la correspondencia tanto comercial como oficial con las Administraciones Públicas.
- ∅ No saber quién es el remitente y destinatario en una carta / documento oficial. ∅ No poner correctamente el saludo en la correspondencia.
- ∅ Falta o error en el asunto.
- ∅ Falta o error en la referencia.
- ∅ Si ha de llevar un anexo.
- ∅ Faltas de ortografía.
- ∅ Poner conceptos erróneos o que induzcan a la confusión.

∅ No poner correctamente la firma, antefirma.

En la documentación / escrito, que no lleve la estructura que le corresponda, se le **descontarán 2 puntos** en cada uno de ellos.

Conceptos: 30% de la calificación.

- Ejercicios teóricos.
- Preguntas en clase.

Actitudes: 20% de la calificación.

- Se valorará el saber estar.
- El interés hacia la materia.
- El cuidado y respeto por los recursos del aula.
- La cooperación con los/as compañeros/as.
- La puntualidad: En clase y en la entrega de trabajos.
- La asistencia regular a clase. La no asistencia se deberá justificar con el documento correspondiente.
- Presentación de la carpeta de anillas, a requerimiento del profesor/a, con todos los documentos archivados por orden y pasados a limpio toda vez que han sido corregidos con anterioridad.
- La observación directa.
- Exposiciones en el aula.

Según acuerdo adoptado en reunión del Departamento de Administración, se acordó que la puntuación asignada a los aspectos actitudinales se tomará en cuenta únicamente cuando el/a alumno/a alcance al menos la mitad de la puntuación asignada a los aspectos conceptuales y procedimentales.

Las recuperaciones se valorarán con nota máxima de cinco.

Acuerdo equipo educativo se valoraran las Actitudes: 20 % de la calificación, de la siguiente forma:

- El saber estar (Comportamiento adecuado). Ponderación 5%.
- Participación y realización de actividades. Ponderación 5%.
- Utilización correcta de los materiales y recursos necesarios. Ponderación 5%.
- Asistencia y puntualidad. Ponderación 5%.
- Se perderá la ponderación cuando alcance el primer apercibimiento.

CONTROLES

Los criterios generales para su elaboración serán:

- Los enunciados serán claros y responderán a los objetivos que se persiguen.
- Las pautas de corrección deberán ser conocidas por los/as alumnos/as antes de realizar la prueba.
- Permitirán la máxima objetividad posible.

Obviamente, y como aparece reflejado en las normas relativas a la buena fe y la lealtad en el desarrollo de la vida escolar, no se tolerará que los/as alumnos/as intenten cometer fraudes en su actividad docente.

Está prohibido:

- Hablar con otros/as alumnos/as durante la realización de una prueba escrita.
- Copiar o dejar copiar.
- Sustituir toda o parte de la prueba por otros escritos preparados de antemano.
- Tener sobre la mesa, y sin permiso expreso del profesor vigilante de la prueba, materiales no imprescindibles para la realización de la misma o expresamente prohibidos (como podrían ser calculadoras programables, ordenadores de bolsillo...).
- Cualquier otro procedimiento orientado a la obtención fraudulenta de información para la cumplimentación o realización del control.

Si incurre en alguna de estas acciones, el/a alumno/a será obligado a detener en ese momento la realización de la prueba y recibirá en ella la calificación de un "cero". La calificación del trimestre (o la del curso, si es que el hecho se produce durante la prueba final) será la mínima posible: un "uno".

La falta a un control por enfermedad u otras causas que se consideren de fuerza mayor debe de ser comunicada al profesor/a, y en su defecto al tutor/a del grupo, el mismo día o el día anterior al control. No obstante, se deberá presentar al profesor/a la justificación debida dentro de las 48 horas siguientes a la incorporación del alumno/a a clase. De no ser así, la calificación en el control será 0. Si presentara justificante, el alumno/a realizará el examen en la recuperación con el resto del grupo y tendría una calificación superior al 5 si la alcanzara. La profesora/o del módulo tendrá potestad para aceptar un número de justificantes médicos para poder realizar el examen.

Si el alumno/a no se presentara, sin causa justificada, a las pruebas realizadas; la media a ponderar será con el denominador de las pruebas realizadas en dicho trimestre, y no las realizadas por dicho alumnado.

Si un alumno falta a un control, con causa justificada, no se le repetirá de forma extraordinaria; sólo podrá recuperar esa parte cuando esté prevista la recuperación de la misma.

CALIFICACIÓN PARA CADA EVALUACIÓN

En cada evaluación, se hace media ponderada, según el número de controles realizados, para superar la evaluación deberá alcanzar una media ponderada igual o superior a 5.

Cuando en la evaluación se realicen trabajos, en este caso, la nota se hará media ponderada con el o los trabajos del trimestre, también según el número de temas tratados.

No se considerarán aprobados los alumnos que, aún teniendo los trabajos con notas elevadas, presenten nota inferior a 5 en la media ponderada de los controles. En este caso deberán presentarse al control de recuperación de la evaluación o al de fin de curso, si fuere el caso.

Para realizar la media, es necesario que en cada uno de los controles se obtenga una nota igual o superior a 4.

La valoración de este procedimiento para la evaluación sumativa será del

80%. RECUPERACIÓN DE OBJETIVOS NO SUPERADOS EN LA EVALUACIÓN

Se realizarán distintas pruebas y actividades (trabajos, ejercicios, exámenes...) con el objeto de la superación por parte del alumnado de los conocimientos no superados en la evaluación.

Se hará un seguimiento de dichas pruebas y actividades, con una observación individualizada del alumnado, así como se prestará el apoyo y ayuda que en cada caso sea necesario, para la superación de los objetivos.

PROMOCIÓN DEL MÓDULO

Se promocionará en el Módulo si se ha superado los siguientes

conocimientos: Calcular precios de venta, compra y descuentos.

Confecionar documentos administrativos de las operaciones de compraventa, relacionándolos con las transacciones comerciales de la empresa.

Liquidar obligaciones fiscales ligadas a las operaciones de compra-venta aplicando la normativa fiscal vigente.

Controlar existencias reconociendo y aplicando sistemas de gestión de almacén.

Tramitar pagos y cobros reconociendo la documentación asociada y su flujo dentro de la empresa.

SISTEMAS EXTRAORDINARIOS DE EVALUACIÓN:

Los/as alumnos/as que precisen de sistemas extraordinarios de evaluación por inasistencia, deberán completar las actividades, trabajos y pruebas que hayan realizado sus compañeros, siendo posible

su adaptación, atendiendo a los motivos que causaran dicha inasistencia, además tendrán que superar el examen del tipo del puesto en su momento a los compañeros.

SUPERACIÓN DE MÓDULOS PENDIENTES

Se realizarán los informes individualizados del alumnado con módulos pendientes que deben contener como mínimo:

- Contenidos del módulo no superado
- Actividades de recuperación
- Período de realización de dichas actividades
- Indicación de la evaluación final en que serán calificados

Pérdida del derecho a la evaluación continua:

Cuando un alumno deje de asistir regularmente a las actividades e independientemente de las causas que puedan justificar tales ausencias:

- Perderá el derecho a la evaluación continua siempre que haya dejado de asistir al 15% de las clases.
- La pérdida del derecho a la evaluación continua implicará la automática puesta en marcha de un procedimiento alternativo para la obtención de la calificación correspondiente a ese trimestre o en el final de curso, de la siguiente forma:
 - Cuando el alumno acuda a la prueba final del trimestre sin haber realizado las actividades obligatorias que perdió, la calificación trimestral se computará exclusivamente sobre la base del valor asignado por la Programación a la prueba.
 - Se informará al alumnado las condiciones y plazos para la entrega obligatoria por el alumno de las actividades programadas que no realizó. También la incidencia que, dentro de este procedimiento irregular, va a tener la evaluación de tales actividades en la calificación final del trimestre.

7. METODOLOGÍA

Metodología de desarrollo de las unidades

Las unidades programadas siguiendo el contenido organizador, recogen con un enfoque interdisciplinar: conceptos, técnicas, métodos y procedimientos, relacionados en algunos casos con diferentes disciplinas del campo social o científico, integrándolos en las funciones y procesos del trabajo administrativo marcados por los resultados de aprendizaje del módulo. La relación entre los resultados de aprendizaje del módulo y las unidades definidas es la que se refleja en el siguiente cuadro:

Unidad	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Resultado de Aprendizaje									
Selecciona técnicas de comunicación, relacionándolas con la estructura e imagen de la empresa y los flujos de información existentes en ella.	√								
Transmite información de forma oral, vinculándola a los usos y costumbres socio profesionales habituales en la empresa.		√	√						
Transmite información escrita, aplicando las técnicas de estilo a diferentes tipos de documentos propios de la empresa y de la Admón. Pública.				√	√				
Archiva información en soporte papel e informático, reconociendo los criterios de eficiencia y ahorro en los trámites administrativos.						√			
Reconoce necesidades de posibles clientes aplicando técnicas de comunicación.							√		
Atiende consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes aplicando la normativa vigente en materia de consumo.								√	
Potencia la imagen de empresa reconociendo y aplicando los elementos y herramientas del marketing.									√
Aplica procedimientos de calidad en la atención al cliente identificando los estándares establecidos.							√	√	

La metodología didáctica hace referencia al conjunto de decisiones que se han de tomar para orientar el desarrollo en el aula de los procesos de enseñanza-aprendizaje. En nuestro caso, estas decisiones tienen que adoptarse con la finalidad de contribuir al logro de los resultados de aprendizaje de este módulo profesional, pero dado que están referidos a los diferentes contenidos de la enseñanza, las opciones metodológicas estarán orientadas al aprendizaje significativo de los diferentes contenidos (conceptuales, procedimentales y actitudinales).

Al estar considerando una enseñanza profesionalizadora, debemos tener presente que las actividades productivas requieren de la acción, es decir, del dominio de unos modos operativos o procedimientos, del “saber hacer”. Por tanto, los aprendizajes debemos articularlos en torno a los contenidos procedimentales. De esta forma, la teoría y la práctica deben integrarse en el desarrollo del

currículo y en la programación del proceso educativo adoptado en el aula.

1. El alumnado, por medio de diferentes expresiones realizadas por los/as profesores/as, irá conociendo de una manera sencilla y amena la empresa como organización.
2. Se harán demostraciones en las que el alumnado conocerá las necesidades y recursos que conlleva la gestión empresarial, realizadas de una manera gradual en cuanto a dificultades y siempre tratando de que participe de forma activa. Se le motivará mediante ejercicios prácticos de actividades que se pueden encontrar cuando realicen este tipo de trabajo en un entorno laboral.
3. Cuando el conocimiento del alumnado sea el suficiente, éste se planteará su propio proyecto empresarial, el que las preguntas constantes surgidas de su razonamiento, puedan ser resueltas en un ambiente de grupo, en el cual el docente será un mero orientador.
4. A través de la investigación personal del alumnado irá descubriendo la gran variedad de posibilidades que puede encontrar al realizar su propio proyecto empresarial.
5. Los/as alumnos/as se agruparán para resolver los ejercicios planteados y se entablarán mesas redondas en las que se debatirán los temas tratados en el aula, estableciéndose un diálogo constante entre el profesorado y el alumnado.
6. Para crear en el aula un ambiente lo más real posible se realizarán en pequeños grupos simulaciones de operaciones empresariales.
7. Para la realización del proyecto empresarial será necesario crear grupos de trabajo que expondrán sus conclusiones al resto de los/as compañeros/as.

Los miembros del Departamento, conscientes de la gran diversidad existente en el alumnado, reconociendo, además, la existencia de diferentes grados de motivación, diferentes ritmos y estilos de aprendizaje- y viéndonos en la obligación de dar respuesta a todas y cada una de las necesidades que se presentan cada día en el aula con el fin de implicar y responsabilizar al alumnado en adoptar su verdadero papel en el proceso de enseñanza-aprendizaje, deseamos manifestar lo siguiente:

NUESTRA PROGRAMACIÓN, especialmente en lo referido a la Secuenciación de Contenidos y su Temporalización en los diferentes niveles de competencia, **ESTÁ SUJETA** en todo momento al criterio de cada profesor/a, que considerará siempre lo más conveniente para cada grupo. Por consiguiente, consideramos necesario **CIERTA FLEXIBILIDAD**, pues es el profesor/a quien tendrá que tomar las decisiones que considere oportunas con el fin de dar respuesta a la diversidad desde el aula, sin que esto suponga una reducción significativa de los objetivos generales a alcanzar en el ciclo.

EL PAPEL DEL ALUMNO.-	
1	El alumnado, ha de ser sujeto activo de su propio aprendizaje.
2	Ha de cooperar en la negociación de impartir los procedimientos, ya que las clases se han de planificar para atender a sus necesidades.
3	Habr� de intervenir y colaborar en todas las actividades que se planifiquen para la
4	clase. Respetar a sus compañeros y al profesor.
5	Ayudar a los compañeros y pedir ayuda.
6	Buena predisposición hacia la Optativa.
7	Participar en el proceso de evaluación propia, de sus compañeros, del profesor y del propio proceso de enseñanza aprendizaje.

8. RECURSOS DIDACTICOS

- El aula del CMGA (utilización del aula para las clases de informática con los ordenadores y los programas que se puedan utilizar de apoyo).
- Usos múltiples (utilizados para la realización de controles/exámenes teóricos).
- Otros elementos:
 - Manuales de referencia y libro de texto de Mc Graw Hill.
 - Revistas especializadas.
 - Televisión y video.
 - Retroproyector.
 - Actividades del libro y del CD-RW de Mc GRAW Hill.
 - Actividades del libro de Editex.
 - CHARLAS DE EMPRENDEDURÍA.

9. ACTIVIDADES EXTRAESCOLARES Y COMPLEMENTARIAS

- Se tiene prevista para este Módulo una actividad extraescolar o complementaria en este curso académico visitar la Oficina de Correos.
- Visitar los archivos de una administración pública.

- VISITAR LA EMPRESA TIRMA.

10.-EDUCACIÓN EN VALORES

La comunidad educativa debe asumir los retos que se plantean tanto en el Proyecto Educativo del Centro como en el Plan de Convivencia. Estos dos documentos no se pueden convertir en algo inservible.

En este curso y por las circunstancias personales de los alumnos, se trabajará la prevención de la violencia y el plan lector.

Estrategias para desarrollar la educación en valores:

- a. Autoestima
- b. Selección de lo imprescindible e importante
- c. Comportamientos de manera responsable
- d. Mejora de las habilidades sociales. Desarrollar habilidades sociales de comunicación y de relación interpersonal, por medio de las actividades del currículum de los módulos correspondientes, entre los alumnos para la mejora de la convivencia del centro.
- e. Trabajo en equipo
- f. Respeto, diálogo, comprender que existen otras opiniones válidas
- g. Igualdad de género
- h. La cooperación en cosas diversas, a través del huerto escolar.
- i. La tolerancia
- j. La comunicación de gestos.
- k. Equivocarse como punto de refuerzo personal.
- l. Valorar el trabajo.
- m. Aceptar las diferencias con los demás.
- n. Saber trabajar en grupo.

Seguiremos un Plan lector, de la siguiente forma:

- Los alumnos/alumnas llevarán a cabo lectura de los temas en grupos y luego individual hasta la total comprensión del contenido comentaremos en clase y realizaremos las actividades encomendadas por el profesor.