

ÍNDICE

Introducción

A. Resultados de aprendizaje, contenidos y criterios de evaluación

B. Distribución temporal de los contenidos

C. Metodología didáctica

D. Procedimientos e instrumentos de evaluación

E. Criterios de calificación

F. Actividades de recuperación orientación y apoyo para los alumnos pendientes




G. Materiales y recursos didácticos que se vayan a utilizar, incluidos los libros para uso de los alumnos

H. Medidas de atención a la diversidad y adaptaciones curriculares para los alumnos que las precisen

I. Plan de contingencia

J. Mecanismos de seguimiento y valoración

K. Información sobre el módulo para facilitar al alumnado

	PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO DE COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE	 <small>Empresa Registrada ER-025/2008 Enseñanzas de Formación Profesional</small>	 <small>ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN</small>	
CICLO	GESTIÓN ADMINISTRATIVA	CURSO	10/11	Página 2 de 21

Introducción

El módulo **0437 Comunicación empresarial y atención al cliente** se encuadra dentro de las enseñanzas del ciclo formativo de grado medio que capacitan para obtener el título de Técnico en Gestión Administrativa.

Duración: 160 horas.

Objetivos generales

- Analizar el flujo de información y la tipología de los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa, para tramitarlos.
- Analizar los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa, reconociendo su estructura, elementos y características para elaborarlos.
- 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.
- 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.
- 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.
- 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.

Unidades de Trabajo

1. La empresa y el entorno.
2. Comunicación empresarial.
3. Comunicación oral.
4. Comunicación escrita.
5. Servicio de correos, circulación interna y paquetería.
6. La recepción, envío y registro de la correspondencia y su clasificación.
7. Archivo de la información en soporte papel.
8. Archivo de la información en soporte informático.
9. Reconocimiento de las necesidades de los clientes
10. Atención de consultas, quejas y reclamaciones
11. Aplicación de procedimientos de calidad en la atención al cliente.
12. Potenciación de la imagen de la empresa

A. Resultados de aprendizaje, contenidos y criterios de evaluación

Unidad 1. La empresa y su entorno

Tiempo estimado: 5 sesiones.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- **Sabe distinguir entre empresa y empresario.**
- **Reconoce cuales son los fines que persigue una empresa.**
- **Sabe identificar los elementos de una empresa, su clasificación y qué forma parte de los mismos.**
- Conoce las clases de empresas por su actividad, por el número de trabajadores y volumen en la facturación.
- **Sabe reconocer los distintos tipos tipo de organización empresarial.**
- **Identifica los departamentos que son representados en un organigrama.**
- Distingue la organización funcional de la jerárquica.
- Identifica las funciones realizadas por los departamentos de una organización empresarial.
- Conoce el concepto organigrama.
- Identifica las diferentes fases que componen la relación interdepartamental.

CONTENIDOS

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

CONCEPTOS:

- Empresa y empresario.
 - Empresario.
- **Concepto de empresa.**
 - **Fines de la empresa.**
 - **Elementos de la empresa.**
 - Clases de empresa.
 - a) La forma jurídica.
 - b) La propiedad de los bienes.
 - c) La actividad.
- Organización empresarial.
 - Organigramas.
 - Principios de organización.
 - Organización jerárquica o lineal.
 - Organización funcional.
 - Organización mixta (Staff and Line)
 - **Los organigramas.**
 - **Departamentos y áreas funcionales.**
 - Funciones de los departamentos.
 - Departamentos tipo.
 - Relación interdepartamental.

PROCEDIMIENTOS:

- Distinguir las comunicaciones internas y externas y los flujos de información dentro de la empresa.
- Identificar los conceptos de imagen y

- Se han descrito las diferencias entre empresario y empresa.
- Se han interpretado los fines perseguidos por los distintos departamentos de una empresa.
- Se han identificado los elementos que forman parte de una empresa.
- Se han reconocido a las empresas por su tamaño o actividad.
- Se ha identificado y representando gráficamente los distintos tipo de organización empresarial.
- Se han utilizado los principios de organización funcional o mixta a la hora de identificar la organización funcional de una empresa.
- Se han diseñado las funciones y actividades realizadas por los departamentos más importantes de una organización empresarial.
- Se ha reconocido la importancia de una buena organización empresarial.
- Se ha identificado las fases que componen la relación entre los departamentos de una empresa.

cultura de la empresa.

- Diferenciar los distintos tipos de organizaciones empresariales y sus características más importantes.
- Reconocer cómo se organizan una empresa y sus distintos departamentos.

Unidad 2. Comunicación empresarial.

Tiempo estimado: 15 sesiones.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- **Reconoce la importancia de la comunicación en el mundo empresarial, reconoce los elementos que forman parte de los procesos de comunicación.**
- **Utiliza de forma correcta los recursos del lenguaje verbal y no verbal.**
- Aplica los recursos necesarios para conseguir el objetivo perseguido en el proceso comunicativo.
- **Diferencia las barreras de comunicación del emisor y del receptor.**
- **Identifica las barreras psicológicas**, evitando su utilización en las comunicaciones con sus compañeros y profesores.
- **Reconoce cuando las Administraciones Públicas utilizan barreras en las comunicaciones con los ciudadanos.**
- Especifica la finalidad y los objetivos del protocolo en la empresa.
- **Aplica las normas de convivencia en el aula, para evitar conflictos.**
- **Reconoce los flujos de comunicación que se producen en la empresa.**
- **Diferencia las comunicaciones formales e informales que se establecen en una empresa.**
- Identifica y distingue entre publicidad, publicidad institucional y relaciones públicas.

CONTENIDOS

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

CONCEPTOS:

- **Comunicación.**
- Clasificación de las comunicaciones.
 - Según el lenguaje utilizado.
 - Según el fin que persigue el lenguaje.
 - Según el núcleo humano donde se genere.
 - Objetivos de la comunicación.
- **Barreras de la comunicación.**
- **Comunicación, información y comportamiento.**
 - Obligaciones con los trabajadores de otras empresas.
 - Tratamientos.
- **Flujos de comunicación.**
 - Relaciones humanas y laborales en la empresa.
 - Normas de convivencia laboral.

- Se ha descrito la finalidad y objetivo de la comunicación.
- Se han diferenciado los componentes que forman parte de todo proceso comunicativo.
- Se han identificado los objetivos perseguidos por la retroalimentación en los procesos comunicativos (Feed-back)
- Se ha determinado la clasificación de las comunicaciones.
- Se han realizado comunicaciones expresivas, funcionales y retroalimentarias.
- Se han identificado las diferencias entre comunicación intrapersonal y comunicación interpersonal.
- Se han descrito los objetivos perseguidos por un proceso comunicativo.
- Se han detectado las barreras comunicativas entre el emisor y el receptor.
- Se ha identificado la importancia del uso correcto de las palabras y su significado,

CICLO	GESTIÓN ADMINISTRATIVA	CURSO	10/11	Página 5 de 21
--------------	-------------------------------	--------------	--------------	---------------------------

<ul style="list-style-type: none"> • La comunicación interna en la empresa: Comunicación formal e informal. <ul style="list-style-type: none"> ○ El tiempo transcurrido. ○ El ámbito en el que se desarrollan. ○ El número de personas que intervienen. ○ El carácter institucional. ○ Comunicación formal. ○ Comunicación informal. <p>PROCEDIMIENTOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Distinguir las comunicaciones internas y externas así como los flujos de información dentro de la empresa. • Reconocer la necesidad de comunicación entre las personas. • Distinguir entre comunicación e información. • Distinguir los elementos y procesos que intervienen en la comunicación. • Seleccionar el destinatario y el canal adecuado para cada situación. • Determinar la mejor forma y actitud a la hora de presentar el mensaje 	<p>dependiendo a quien nos dirijamos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se ha reconocido la importancia de tratar correctamente a los responsables de otras empresas que visitan nuestra empresa. • Se han utilizado correctamente los tratamientos más habituales en el mundo empresarial. • Se han diferenciado las relaciones laborales con conflictos y sin conflictos. • Se han utilizado comunicaciones individuales y colectivas. • Se han diferenciado las distintas comunicaciones de carácter institucional. • Se han reconocido las condiciones que debe reunir toda comunicación formal. • Se ha identificado y diferenciado el rumor de la comunicación formal.
--	--

Unidad 3. Comunicación oral
Tiempo estimado: 15 sesiones.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Reconocida la importancia de la comunicación en el mundo
- **Aplica los principios básicos en las comunicaciones orales.**
- Diferencia las comunicaciones singulares, duales y plurales.
- **Conoce los diferentes canales que un cliente tiene para ponerse en contacto con una empresa.**
- **Sabe cómo responder y atender cualquier reclamación presentada por un por un cliente en la oficina de atención al cliente.**
- **Aplica correctamente las técnicas para saber escuchar activamente.**
- **Utiliza de forma correcta la comunicación no verbal y cuida su imagen personal.**
- **Sabe qué medios y recursos son utilizados en la comunicación no verbal.**
- Diferencia los distintos factores asociados al lenguaje: el tono, el volumen, la rapidez en el hablar, la pronunciación, los silencios y el ritmo o fluidez.
- Identifica las condiciones que deben producirse en todo diálogo.
- Aplica las pautas que deben estar presentes en todo discurso.
- Utiliza aquellos recursos que son necesarios, a la hora de enfrentarse a una entrevista de trabajo.
- **Conoce el funcionamiento de una centralita de teléfonos en una empresa, su importancia y como sacarle el máximo partido a la misma.**
- **Localiza el número de teléfono de una empresa, mediante la página web de telefónica o**

CICLO	GESTIÓN ADMINISTRATIVA	CURSO	10/11	Página 6 de 21
--------------	------------------------	--------------	-------	-------------------

QDQ.

- **Aplica las normas para llamar y contestar correctamente al teléfono.**
- Utiliza el teléfono móvil para realizar videollamadas, enviar sms y ver el correo electrónico, y navegar por Internet.
- Sabe qué medios informáticos son necesarios para realizar una videoconferencia.

CONTENIDOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p>CONCEPTOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Principios básicos en las comunicaciones orales. <ul style="list-style-type: none"> ○ Clases de comunicación oral. • Canales de comunicación oral. <ul style="list-style-type: none"> ○ Oficina de atención al cliente presencial. ○ Oficina de atención al cliente no presencial. ○ Consejos para una correcta conversación telefónica de atención al cliente. • Normas de atención y comunicación oral. La imagen personal en la transmisión de la comunicación. • Técnicas de comunicación oral, habilidades sociales. <ul style="list-style-type: none"> - Comunicación no verbal e imagen personal. - Factores comportamentales. - Factores asociados al lenguaje. • La comunicación oral dentro del ámbito de la empresa. <ul style="list-style-type: none"> ○ El diálogo. ○ El discurso. ○ El debate. ○ La entrevista. • La comunicación telefónica. <ul style="list-style-type: none"> ○ El teléfono y su uso. ○ La centralita. ○ El uso del listín telefónico. ○ Normas para hablar correctamente por teléfono. ○ Normas para contestar. ○ Normas para llamar. • La informática en las comunicaciones verbales. <ul style="list-style-type: none"> ○ El teléfono móvil. ○ El busca personas. ○ La videoconferencia. <p>PROCEDIMIENTOS:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Se han identificado los principios básicos de la comunicación verbal. • Se ha descrito la finalidad de la oficina de atención al cliente presencial y los objetivos que se persigue. • Se han diferenciado las técnicas utilizadas en la atención una oficial de atención al cliente presencial y otra no presencial. • Se han identificado las técnicas utilizadas en la comunicación oral y las habilidades sociales. • Se han identificado los factores comportamentales de la comunicación oral, y la importancia de los mismos en los procesos comunicativos. • Se han determinado la importancia de las habilidades vocales cuando nos comunicamos con otras personas. • Se han realizado diálogos sobre temas de interés para los/as alumnos/as. • Se han realizado discursos en los que se han puesto en práctica aquellos recursos necesarios para captar y despertar el interés de nuestro auditorio. • Se han identificado los recursos lingüísticos y no lingüísticos utilizados en un debate. • Se han representado entrevistas de trabajo, donde los alumnos han ido adoptando alternativamente la figura de entrevistador y entrevistado. • Se han identificado las normas que se deben tener presente el responsable de una centralita de teléfonos, y facilitar la comunicación entre la empresa y el exterior de la misma. • Se han localizado números de teléfonos de empresas, mediante las páginas blancas, amarillas y QDQ, tanto físicas como por internet. • Se ha utilizado el teléfono móvil, para la consulta de correo electrónico y envío de sms. • Se han realizado videoconferencias.

- Identificar los principios básicos de la comunicación verbal.
- Identificar el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales.
- Tener en cuenta las costumbres socioculturales y los usos empresariales.
- Identificar al interlocutor observando las debidas normas de protocolo, adaptando su actitud y conversación a la situación de la que se parte.
- Elaborar el mensaje verbal, de manera concreta y precisa, valorando las posibles dificultades en su transmisión.
- Utilizar el léxico y las expresiones adecuados al tipo de comunicación y a los interlocutores.

Unidad 4. Comunicación escrita.

Tiempo estimado: 15 sesiones.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- **Transmite información escrita, aplicando las técnicas de estilo a diferentes tipos de documentos propios de la empresa y de la Administración Pública.**
- **Identifica los soportes para elaborar y transmitir los documentos: tipo de papel, sobres y otros.**
- Identificar al destinatario observando las debidas normas de protocolo.
- **Identifica las tipologías más habituales de documentos dentro de la empresa según su finalidad.**
- **Identifica el documento apropiado cumpliendo las normas ortográficas y sintácticas en función de su finalidad y de la situación de partida.**
- **Sabe utiliza las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos o autoedición.**
- **Aplica en la elaboración de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).**

CONTENIDOS

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

CONCEPTOS:

- **La comunicación escrita en la empresa.**
- **Normas de comunicación y expresión escrita.**
- **Características principales de la correspondencia comercial.**
- **Estructura**
 - A. Inicio**
 - B. Contenido**
 - C. Final**
- **Estilos de la carta comercial**

- Se han identificado los soportes para elaborar y transmitir los documentos: tipo de papel, sobres y otros.
- Se han identificado los canales de transmisión: correo convencional, correo electrónico, fax, mensajes cortos o similares.
- Se han diferenciado los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad, y confidencialidad.
- Se ha identificado al destinatario observando las debidas normas de protocolo.
- Se han clasificado las tipologías más habituales de documentos dentro de la

CICLO	GESTIÓN ADMINISTRATIVA	CURSO	10/11	Página 8 de 21
--------------	-------------------------------	--------------	--------------	---------------------------

<ul style="list-style-type: none"> - Moderno - Moderno Modificado - Profesional - Evolucionado • Clases de cartas comerciales <ul style="list-style-type: none"> - Cartas de informes - Cartas de pedido - Cartas de reclamación • Formatos tipo de documentos de uso en la empresa y en las Administraciones Públicas. • Documentos administrativos básicos <ul style="list-style-type: none"> - Oficio - Nota interior - Notificación - Publicación o anuncio - La solicitud - La declaración - La carta • Comunicaciones breves y de régimen interior <ul style="list-style-type: none"> - Carta circular - Saluda • Comunicados de carácter interno <ul style="list-style-type: none"> - Avisos y anuncios • El sobre <ul style="list-style-type: none"> - Tipos de sobres • El código postal • El papel • La carta • El certificado <p>PROCEDIMIENTOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificar dentro de la empresa las tipologías más habituales de documentos según su finalidad • Rellenar los diferentes tipos de documentos sin cometer errores ortográficos ni de sintaxis. • Utilizar las aplicaciones informáticas de procesamiento de texto. 	<p>empresa según su finalidad.</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 las herramientas de búsqueda de información para elaborar la documentación. • Se han utilizado las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos o autoedición. • Se han aplicado, en la elaboración de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).
---	---

<p>Unidad 5. Servicio de correos, circulación interna y paquetería. Tiempo estimado: 15 sesiones.</p>
<p>RESULTADOS DE APRENDIZAJE</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Diferencia la circulación interna del correo entre una gran empresa con apartado de correos y el de una pequeña-mediana empresa sin él. • Utiliza el servicio de correos para enviar los distintos tipos de documentos generados en una empresa.

CICLO	GESTIÓN ADMINISTRATIVA	CURSO	10/11	Página 9 de 21
--------------	------------------------	--------------	-------	-------------------

- **Reconoce las diferencias entre un correo ordinario y uno certificado.**
- **Diferencia los distintos servicios de mensajerías ofrecidas por el sector privado, y utiliza aquel que mejor se adapte al tamaño, peso y necesidades del cliente.**
- Identifica los medios que ofrece la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A., para el envío de dinero.
- Determina cuando es necesario el envío de un telegrama.
- Identifica un Burofax, y cuando es necesario su utilización.
- Reconoce y utiliza la página on-line de la Sociedad Estatal de Correos y Telégrafos, S.A.
- Reconoce los servicios de paquetería internacional del sector privado, así como las prestaciones que ofrece cada uno de ellos.

CONTENIDOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p>CONCEPTOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Circulación interna del correo. ● Servicios prestados en las empresas por los circuitos de mensajería. ● Servicios del sector público. ● Servicios del sector privado. <p>PROCEDIMIENTOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Identificar los canales de transmisión de la información: correo convencional, correo electrónico, fax, mensajes cortos o similares. ● Diferenciar los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad y confidencialidad. ● Aplicar, en la elaboración y archivo de la documentación, la técnica 3R (reducir, reutilizar, reciclar). 	<ul style="list-style-type: none"> ● Se ha descrito la finalidad de organizar la correspondencia interna y su circulación. ● Se han diferenciado los servicios prestados por las empresas de mensajería privadas y las del sector público. ● Se han identificado los documentos y paquetes que se pueden enviar por correo normal o certificado. ● Se ha realizado una clasificación de la correspondencia urgente, atendiendo a los criterios de tipo, territorio, límite peso y seguimiento. ● Se ha cumplimentado el impreso necesario para enviar dinero a cualquier persona o entidad dentro del territorio nacional o en el extranjero. ● Se ha rellenado un telegrama. ● Se han dado de alta en la oficina virtual de la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A., y se ha procedido a realizar todos los pasos (excepto el pago), para el envío de cartas y paquetería. ● Se ha realizado una clasificación de los servicios prestados por el sector privado de mensajería atendido a la clase de servicio y prestaciones. ● Se han identificado los servicios complementarios prestados por las agencias de transporte y mensajería.

Unidad 6. La recepción, envío y registro de la correspondencia y su clasificación.
Tiempo estimado: 15 sesiones.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- **Cumplimenta los libros de registro de entrada y salida de la correspondencia y paquetería en soporte informático y convencional**
- Diferencia las técnicas de organización de la información que se pueden aplicar en una

CICLO	GESTIÓN ADMINISTRATIVA	CURSO	10/11	Página 10 de 21
--------------	-------------------------------	--------------	--------------	----------------------------

empresa o institución, y los procedimientos habituales de registro, clasificación y distribución de la información

- **Determina el sistema de clasificación, registro y archivo apropiados al tipo de documento que se tenga**
- **Aplica los procedimientos habituales de registro, clasificación y distribución de la información.**

CONTENIDOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p>CONCEPTOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El tratamiento del correo. • Recepción del correo. • Libro de registro de entrada del correo. • Salida de correspondencia. <ul style="list-style-type: none"> - Libro registro de salida de correspondencia. - Libro de registro de entrada de fax. - Libro de registro de salida de fax. • Clasificación y ordenación de documentos. <ul style="list-style-type: none"> - Clasificación alfabética. - Clasificación geográfica. - Clasificación por materias. - Clasificación cronológica. - Clasificación decimal. - Clasificación decimal universal. • Normas de clasificación, ventajas e inconvenientes. <ul style="list-style-type: none"> - Normas de clasificación alfabética. <ul style="list-style-type: none"> o Nombres de personas. o Empresas. - Normas de clasificación geográfica. - Normas de clasificación por materias. - Normas de clasificación cronológica. - Normas de clasificación decimal. <p>PROCEDIMIENTOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cumplimentar los libros de registro de entrada y salida de la correspondencia y paquetería en soporte informático y convencional. • Diferenciar las técnicas de organización de la información que se pueden aplicar en una empresa o institución, así como los procedimientos habituales de registro, clasificación y distribución de la información. • Determinar el sistema de clasificación, registro y archivo apropiados al tipo de documentos que se tenga. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se ha descrito la finalidad de organizar la información, clasificarla y los objetivos que se persiguen. • Se han diferenciado entre un archivo centralizado y uno descentralizado. • Se han identificado los soportes utilizados en el archivo y custodia de la correspondencia comercial. • Se han identificado las partes de las que consta el rayado del libro de registro de entrada del correo. • Se ha reconocido la importancia de llevar correctamente las anotaciones en el libro de salida de correspondencia. • Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiados al tipo de documentos. • Se han realizado ejercicios de filtración de correos electrónicos. • Se han aplicado las normas de clasificación alfabética, a la documentación que se puede generar y recibir en el intercambio de la correspondencia comercial entre empresas o entre empresas e instituciones públicas. • Se han reconocido los procedimientos de la clasificación de la información y documentación y se han detectado los errores que pudieran producirse en él. • Se han detectado los errores e inconvenientes que pueden tener alguno de los sistemas empleados en la clasificación de la información y documentación. • Se ha elegido el sistema de clasificación principal, y su auxiliar, teniendo presente el volumen de documentación a almacenar, y el número de personas que pueden tener acceso a él.

Unidad 7. Archivo de la información en soporte papel

Tiempo estimado: 15 sesiones

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- **Archiva información en soporte papel e informático, reconociendo los criterios de eficiencia y ahorro en los trámites administrativos.**
- **Especifica la finalidad de organizar la información y los objetivos que se persiguen.**
- Diferencia 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.
- **Identifica 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.**
- Determina el sistema de clasificación, registro y archivo apropiados al tipo de documentos.
- **Aplica las técnicas de archivo en los intercambios de información telemática (intranet, extranet, correo electrónico).**
- Reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación y detectado los errores que pudieran producirse en él.
- **Aplica, en la elaboración y archivo de la documentación, las técnicas 3R.**

CONTENIDOS

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

CONCEPTOS:

- **Concepto de archivo.**
- **Necesidad de conservar la documentación**
- **Técnicas de archivo: naturaleza y finalidad del archivo.**
- **Archivo de documentos: captación, elaboración de datos y su custodia.**
- **Clases de archivo y sistemas de archivo**
- Archivos públicos y privados.
- Convencionales.
- Microfilme.
- Informáticos.
- **Clasificación y organización de la información.**
- Por el grado de utilización.
- Por el grado de autonomía.
- El proceso de archivo.
- Funcionamiento habitual del archivo.
- Normas prácticas de utilización.
- Control del archivo.
- **Purga o destrucción de la documentación.**
- **Confeción y presentación de informes procedentes de archivo.**
- **Confidencialidad de la información y de**

- Se ha descrito la finalidad de organizar la información y los objetivos que se persiguen.
- 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.
- 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.
- Se han identificado las principales bases de datos de las organizaciones, su estructura y funciones
- Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiados al tipo de documentos.
- Se han realizado árboles de archivos informáticos para ordenar la documentación digital.
- Se han aplicado las técnicas de archivo en los intercambios de información telemática (intranet, extranet, correo electrónico).
- Se han reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación y detectado los errores que

la documentación.

- Los ficheros.

PROCEDIMIENTOS:

- Describir la finalidad de organizar la información.
- Diferenciar las técnicas de organización de la información que se pueden aplicar en una empresa o institución.
- Identificar los soportes de archivo y registro y las prestaciones de las aplicaciones informáticas específicas más utilizadas.
- Determinar los sistemas de clasificación, registro y archivo apropiados al tipo de documentos que se posean.
- Reconocer los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación.

podieran producirse en él.

- 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.
- Se han aplicado, en la elaboración y archivo de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).

Unidad 8. Archivo de la información en soporte informático.

Tiempo estimado: 5 sesiones.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- **Archiva información en soporte papel e informático, reconociendo los criterios de eficiencia y ahorro en los trámites administrativos**
- **Conoce los diferentes medios que disponen las empresas en sus comunicaciones a través de la informática.**
- Crea e identifica las cuentas de correo electrónico.
- **Sabe qué es la firma digital.**
- Conoce el DNI electrónico como medio físico para firmar digitalmente documentos electrónicos, otorgando una validez jurídica equivalente a la que proporciona la firma manuscrita.
- **Sabe de qué medios y posibilidades dispone el personal de empresa para trabajar desde cualquier lugar, fuera de su oficina.**
- Diferencia 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
- **Identifica 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**
- Identifica las principales bases de datos de las organizaciones, su estructura y funciones
- Realiza árboles de archivos informáticos para ordenar la documentación digital.
- **Aplica en la elaboración y archivo de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).**

CICLO	GESTIÓN ADMINISTRATIVA	CURSO	10/11	Página 13 de 21
--------------	-------------------------------	--------------	--------------	--------------------

CONTENIDOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p>CONCEPTOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Medios y equipos ofimáticos y telemáticos. • Tratamiento de datos. • La ofimática. • Medios convencionales para plasmar datos. • Equipos de gestión empresarial. • La telemática. • Correo electrónico (e-mail). • Equipos de comunicación sin cable. • La firma digital. • DNI electrónico. • La oficina móvil. • Las bases de datos para el tratamiento de la información. • Estructura y funciones de una base de datos. • Estructura. • Funciones de las Bases de datos. • Procedimientos de protección de datos. • Archivos y carpetas. <p>PROCEDIMIENTOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diferenciar las técnicas de organización de la información que se pueden aplicar en una empresa, así como los procedimientos habituales de registro, clasificación y distribución de la información en las organizaciones. • Identificar los soportes de archivo y registro y las prestaciones de las aplicaciones informáticas más utilizadas en función de las características de la información a almacenar. • Identificar las principales bases de datos de las organizaciones, su estructura y funciones. • Realizar árboles de archivos informáticos para ordenar la documentación digital. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se ha descrito la finalidad de organizar la información y los objetivos que se persiguen. • 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. • 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. • Se han identificado las principales bases de datos de las organizaciones, su estructura y funciones • Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiados al tipo de documentos. • Se han realizado árboles de archivos informáticos para ordenar la documentación digital. • Se han aplicado las técnicas de archivo en los intercambios de información telemática (intranet, extranet, correo electrónico). • Se han reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación y detectado los errores que pudieran producirse en él. • 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. • Se han aplicado, en la elaboración y archivo de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).

CICLO	GESTIÓN ADMINISTRATIVA	CURSO	10/11	Página 14 de 21
--------------	-------------------------------	--------------	--------------	----------------------------

Unidad 9. Reconocimiento de las necesidades de los clientes

Tiempo estimado: 15 sesiones.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- **Reconoce e identifica al cliente.**
- **Reconoce necesidades de posibles clientes aplicando técnicas de comunicación.**
- Diferencia el cliente interno del cliente externo.
- **Identifica las fases que componen el proceso de atención al cliente y su comportamiento.**
- Conoce los diferentes tipos de clientes.
- **Se han analizado las diferentes clases de clientes, aplicándose las correspondientes formas de atención al mismo.**
- Identifica los modelos que explican el comportamiento del cliente.
- Reconoce los diferentes elementos de la atención al cliente: entorno, organización y empleados.
- **Identifica las diferentes habilidades sociales respecto del empleado de la oficina de atención al cliente.**
- **Distingue las fases de la atención al cliente: el seguimiento, la gestión y la despedida.**
- Identifica y distingue los diferentes canales de comunicación para encauzar la atención del cliente.
- Sabe qué son las Oficinas Integrales de Atención al Ciudadano, por parte de la Administración.
- Identifica los tres niveles de oficinas existentes en la atención al ciudadano.

CONTENIDOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p>CONCEPTOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Concepto de cliente. • Clasificación de los clientes: <ul style="list-style-type: none"> ○ Cliente interno ○ Cliente externo • El conocimiento del cliente y sus motivaciones. • Diferentes clases de clientes. • 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. • Oficina de Atención al cliente presencial. • Oficina de Atención al cliente no presencial: • Fases de la atención al cliente: la acogida, el seguimiento, la gestión y la despedida. • Oficinas Integradas de Atención al Ciudadano. • Funciones de las Oficinas Integradas de Atención al Ciudadano. • Clasificación de las Oficinas de Atención al Ciudadano. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se han desarrollado técnicas de comunicación y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente en situaciones de atención/asesoramiento al mismo. • Se han identificado las fases que componen el proceso de atención al cliente/consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación. • Se han reconocido los errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente. • Se ha identificado el comportamiento del cliente. • Se han analizado las motivaciones de compra o demanda de un servicio del cliente. • Se ha obtenido, en su caso, la información histórica del cliente. • Se ha adaptado adecuadamente la actitud y discurso a la situación de la que se parte. • Se ha observado la forma y actitud adecuadas en la atención y asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado. • Se han distinguido las distintas etapas de un

PROCEDIMIENTOS:

- Reconocer e identificar al cliente: interno del cliente externo.
- Identificar las fases que componen el proceso de atención al cliente y su comportamiento.
- Conocer los diferentes tipos de clientes.
- Analizar las diversas clases de clientes y sus correspondientes formas de atención.
- Identificar los modelos que explican el comportamiento del cliente.
- Reconocer los diferentes elementos de la atención al cliente: entorno, organización y empleados.
- Identificar las diferentes habilidades sociales respecto del empleado de la oficina de atención al cliente.
- Distinguir las fases de la atención al cliente: el seguimiento, la gestión y la despedida.
- Identificar y distinguir los diversos canales de comunicación para encauzar la atención del cliente.
- Saber qué son las Oficinas Integrales de Atención al Ciudadano, por parte de la Administración.
- Identificar los tres niveles de oficinas existentes en la atención al ciudadano.

proceso comunicativo.

Unidad 10. Atención de consultas, quejas y reclamaciones

Tiempo estimado: 10 sesiones.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- **Atiende consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes aplicando la normativa vigente en materia de consumo.**
- A identificar una reclamación, una queja, una sugerencia y una felicitación.
- **Sabe qué es un departamento de atención al cliente y sus diferentes funciones.**
- Conoce el concepto de consumidor.
- **Sabe los derechos básicos de los consumidores.**
- **Identifica los elementos que componen una reclamación o una queja.**
- **Distingue las diferentes fases de la resolución de una queja o reclamación.**
- **Identifica las diferentes instituciones de consumo, tanto nacionales como europeas.**
- **Conoce el concepto de denuncia en el campo del consumo.**
- Identifica las diferentes fases que componen la tramitación y gestión de las reclamaciones y de las denuncias.

CICLO	GESTIÓN ADMINISTRATIVA	CURSO	10/11	Página 16 de 21
--------------	-------------------------------	--------------	--------------	--------------------

CONTENIDOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p>CONCEPTOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El Departamento de atención al cliente. Concepto. • Principales funciones del departamento de atención al cliente. • El personal del Servicio de Atención al Cliente. • Valoración del cliente de la atención recibida: reclamación, queja, sugerencias, felicitación. • Elementos de una queja o reclamación. • Elementos de una queja o reclamación en la empresa privada. • Elementos que intervienen en una reclamación cuando el actuante es una comunidad autónoma o ciudad autónoma. • Fases de la resolución de una reclamación. • El consumidor. • Instituciones de consumo en la AGE • Instituciones de consumo en las Comunidades autónomas. • Instituciones de consumo en las Entidades Locales. • Juntas arbitrales. • Instituciones de consumo en Europa. • Asociaciones de consumidores y usuarios. • Normativa en materia de consumo. • Procedimiento de recogida de reclamaciones y denuncias • Tramitación y gestión de las reclamaciones. • Tramitación y gestión de las denuncias. <p>PROCEDIMIENTOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificar una reclamación, una queja, una sugerencia y una felicitación. • Conocer qué es un departamento de atención al cliente y sus funciones. • Aprender el concepto de consumidor. • Conocer los derechos de los consumidores. • Identificar los elementos que componen una reclamación o una queja. • Distinguir las diferentes fases de la resolución de una queja o reclamación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se han descrito las funciones del departamento de atención al cliente en empresas. • Se ha interpretado la comunicación recibida por parte del cliente. • Se han identificado los elementos de la queja/reclamación. • Se han reconocido las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/reclamaciones. • Se ha identificado y localizado la información que hay que suministrar al cliente. • Se han utilizado los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones. • Se ha cumplimentado, en su caso, un escrito de respuesta utilizando medios electrónicos u otros canales de comunicación. • Se ha reconocido la importancia de la protección del consumidor. • Se ha identificado la normativa en materia de consumo. • Se han diferenciado los tipos de demanda o reclamación.

CICLO	GESTIÓN ADMINISTRATIVA	CURSO	10/11	Página 17 de 21
--------------	-------------------------------	--------------	--------------	----------------------------

- Identificar las diversas instituciones de consumo, nacionales y europeas.
- Conocer el concepto de denuncia en el campo del consumo.
- Identificar las diferentes fases que componen la tramitación y gestión.

Unidad 11. Aplicación de procedimientos de calidad en la atención al cliente.

Tiempo estimado: 10 sesiones.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- **Reconoce la importancia de aplicar una buena política de calidad tanto al proceso productivo como a los sistemas de comunicación utilizados con sus clientes, proveedores y entidades públicas.**
- **Identifica cuando un producto o servicio lleva el sello de calidad total.**
- Sabe el tratamiento que se le debe dar a las anomalías producidas en la prestación de un servicio.
- **Conoce las acciones que deben llevarse a cabo para subsanar cualquier error cometido en la prestación de un servicio o a la hora de fabricar un producto.**
- **Identifica las necesidades de un cliente.**
- Elabora encuestas para detectar el grado de satisfacción de sus clientes por el servicio recibido en el departamento de atención al cliente.
- **Reconoce cuando se aplica el ciclo Deming o ciclo PHVA en los procesos de calidad.**
- **Identifica los modelos que explican la evaluación y el control de un servicio.**
- **Reconoce la importancia de fidelizar a los clientes y coste que el mismo supone para la empresa en comparación con la captación de nuevos clientes.**
- **Sabe utilizar los instrumentos y recursos con los que cuenta la empresa a la hora de fidelizar a los clientes.**

CONTENIDOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p>CONCEPTOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La calidad de servicio como elemento de la competitividad de la empresa. -La calidad total. • Tratamiento de anomalías producidas en la prestación del servicio. • Procedimientos del control de servicio. • Evaluación y control del servicio. -Evaluaciones internas. -Evaluaciones externas. • Fidelización del cliente. -Ventajas de la fidelización. -Instrumentos de fidelización. <p>PROCEDIMIENTOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificar los factores que influyen en la 	<ul style="list-style-type: none"> • Se han identificado los factores que influyen en la prestación del servicio al cliente. • Se han descrito las fases del procedimiento de relación con los clientes. • Se han descrito los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio. • Se ha valorado la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos. • Se han detectado los errores producidos en la prestación del servicio. • Se ha aplicado el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas • Se ha explicado el significado e importancia del servicio post-venta en los procesos comerciales. • Se han definido las variables constitutivas del servicio post-venta y su relación con la

CICLO	GESTIÓN ADMINISTRATIVA	CURSO	10/11	Página 18 de 21
--------------	-------------------------------	--------------	--------------	----------------------------

<p>prestación del servicio al cliente.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocer los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio. • Detectar los errores producidos en la prestación del servicio. • Aplicar el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas. 	<p>fidelización del cliente.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se han identificado las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio post-venta. • Se han descrito los métodos más utilizados habitualmente.
---	---

Unidad 12. Potenciación de la imagen de la empresa

Tiempo estimado: 15 sesiones.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- **Reconoce la importancia de aplicar una buena campaña de marketing a la actividad empresarial, y su influencia en la imagen de la empresa.**
- Identifica los elementos que forman parte del marketing efectivo.
- **Sabe distinguir entre producto, bien, servicio e idea. Todos ellos conceptos básicos del marketing.**
- Conoce lo que es una economía de mercado, reconoce los indicadores de que producir, cómo producir y quién debe producir.
- **Distingue e identifica los argumentos en los que se basa una buena imagen corporativa.**
- **Reconoce la importancia de la publicidad en un mundo tan competitivo como es el mundo empresarial.**
- Sabe qué tipo de publicidad es más recomendable a un producto o servicio.
- **Identifica los modelos que explican la evaluación y el control de un servicio.**
- Sabe reconocer una publicidad, ilícita, engañosa, desleal o subliminal.
- Sabe utilizar el lenguaje publicitario; adaptando el mensaje al público destinatario del producto o servicio.
- Identifica claramente las partes de las que consta el spot publicitario.
- **Distingue los elementos que forman parte de las relaciones públicas de una empresa u organismos público.**
- **Reconoce la importancia de la imagen corporativa, y su influencia en los consumidores.**

CONTENIDOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p>CONCEPTOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El marketing en la actividad económica: su influencia en la imagen de la empresa. <ul style="list-style-type: none"> - Conceptos básicos en marketing. - Fundamentos de marketing en la economía de mercado. - Marketing e imagen de empresa. • La publicidad. <ul style="list-style-type: none"> - Tipos de publicidad. - Regulación de la publicidad. - El lenguaje publicitario. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se ha identificado el concepto de marketing. • Se han reconocido las funciones principales del marketing. • Se ha valorado la importancia del departamento de marketing. • Se han diferenciado los elementos y herramientas básicos que componen el marketing. • Se ha valorado la importancia de la imagen corporativa para conseguir los objetivos de la empresa. • Se ha valorado la importancia de las relaciones públicas y la atención al cliente para la imagen de la empresa.

- La publicidad audiovisual.
- **Relaciones públicas.**
- Imagen corporativa.

PROCEDIMIENTOS:

- Identificar el concepto de marketing.
- Reconocer las principales funciones del marketing.
- Diferenciar los elementos y herramientas básicos que componen el marketing.
- Valorar la importancia de la imagen corporativa para conseguir los objetivos de la empresa.
- Valorar la importancia de las relaciones públicas y la atención al cliente para la imagen de la empresa

- Se ha identificado la fidelización del cliente como un objetivo prioritario del marketing.
- Se han identificado los factores que influyen en la prestación del servicio al cliente.

En **negrita** figuran los mínimos.

B. Distribución temporal de los contenidos

Trimestre	Estimación	
	Horas	Unidades
1º	50	1 a 4
2º	50	5 a 8
3º	50	9 a 12
Total	150	

El resto de horas se dedicarán a realizar los exámenes de cada evaluación y su recuperación.





C. Metodología didáctica

La metodología estará en función del contenido de cada una de las unidades didácticas, las cuales han sido organizadas de forma interactiva, estableciéndose que el aprendizaje de este módulo debe basarse en el saber hacer. Se considerará que el alumno debe actuar de la forma más parecida posible a la actividad desarrollada en un puesto de trabajo para el que está entrenándose.

El proceso responderá al siguiente esquema:

1º Explicaciones teóricas en las cuales se fomentará la participación del alumnado, dejando que sea este quien plantee la mayor parte de interrogantes, y también las soluciones.

2º Realización de ejercicios y cuestiones teóricas con la finalidad de que el alumnado lea el libro de texto o los apuntes proporcionados por el profesor. En su realización se fomentará que los alumnos usen el diccionario cuando figuren en los textos palabras que no conozcan.

	PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO DE COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE	  <small>Enseñanzas de Formación Profesional</small>	 ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN	
CICLO	GESTIÓN ADMINISTRATIVA	CURSO	10/11	Página 20 de 21

3º Ejercicios y supuestos prácticos encaminados a descubrir la relación de la teoría con la realidad y a poner en práctica los conocimientos adquiridos.

E. Criterios de calificación

La **calificación** de los alumnos se obtendrá del siguiente modo:

- Los resultados de las **pruebas escritas**, relativas a los temas expuestos representarán un **70%** de la nota. En cada evaluación habrá un mínimo dos pruebas, debiendo sacar en cada una una nota mínima de 4 para mediar entre ellas, si en alguna la puntuación fuese inferior, la evaluación quedará suspensa. Para aprobar se debe sacar un 5 después de mediar.
- El **trabajo del alumno** (resolución de ejercicios y trabajos propuestos; exposición y defensa de argumentos en debates, etc.), supondrá el **20%** e incluirá los siguientes aspectos: claridad de ideas y de exposición de los trabajos presentados, bien individualmente, bien en grupo, asistencia a clase, actitud del alumno: (participación, trabajo realizado, interés demostrado, etc.). La fecha de recogida de las actividades, ejercicios o dossier se avisará con antelación. La falta de entrega por parte del alumno en la fecha indicada, supondrá la calificación negativa en la nota correspondiente.
- La **observación en clase**, supondrá el **10%** de la nota. El comportamiento y la participación se valorarán cada uno de ellos según la actitud más registrada, si es positiva 5 puntos, si es neutra 2,5 y si es negativa 0. Cada falta se penalizará con -1 punto y dos retrasos tendrán el tratamiento de una falta. Se anotará por el profesor en la escala de observación.




Para obtener la nota de cada evaluación, se realizará la media aritmética y se redondeará al entero más próximo, es decir, a la unidad por exceso si la fracción decimal es igual o superior a 5 décimas y por defecto si dicha fracción es menor a 5 décimas (como en el euro del tercer al segundo decimal).

Para la valoración positiva del módulo, las calificaciones de cada una de las evaluaciones han de ser positivas (calificación igual o mayor que cinco). El valor numérico de la calificación final se calculará realizando la media aritmética simple de las calificaciones obtenidas en las tres evaluaciones, antes del redondeo, y esa media se redondeará nuevamente.

Recuperación. Los alumnos que no superen la materia correspondiente a alguna evaluación, podrán recuperar la parte pendiente mediante un examen de recuperación en la siguiente evaluación, salvo la 3ª que se recuperará en junio. Si alguna parte no se supera podrá recuperarse en junio. Además podrá pedirse la realización de determinadas actividades, referidas a los contenidos trabajados. La nota máxima en la parte recuperada será de 5. Cuando el módulo no se supere en la convocatoria de junio se podrá recuperar en septiembre, si bien el alumno deberá presentarse con el módulo entero.

G. Materiales y recursos didácticos que se vayan a utilizar, incluidos los libros para uso de los alumnos

- **Manual** de Comunicación empresarial y atención al cliente de la editorial Mac Graw-Hill.
- **Ordenadores:** El Aula dispone de 12 mesas dobles (para dos alumnos) de oficina con 24 ordenadores de última generación para poder utilizar dos ordenadores por mesa. Todos tienen acceso a Internet mediante línea ADSL y están conectados entre sí y con el servidor del profesor mediante red local y también mediante la aplicación STUDY 500 que permite, entre otras cosas,

	PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO DE COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE	 <small>Empresa Registrada ER-0225/2008 Enseñanzas de Formación Profesional</small>	 ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN	
CICLO	GESTIÓN ADMINISTRATIVA	CURSO	10/11	Página 21 de 21

que el alumnado pueda seguir las explicaciones en los monitores de sus mesas.

- **Apuntes y actividades complementarias** suministradas por la profesora.