



PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO DE
**COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN
AL CLIENTE**



CICLO

GESTIÓN ADMINISTRATIVA

CURSO

16/17

**Página
1 de 14**

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 Enseñanzas de Formación Profesional</small>	 ADG ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN	
CICLO	GESTIÓN ADMINISTRATIVA	CURSO	15/16	Página 2 de 14

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. Empresa y comunicación
2. La comunicación presencial
3. Comunicación telefónica
4. La comunicación escrita.
5. El tratamiento de la correspondencia y paquetería
6. Archivo y clasificación de documentos
7. Detección y satisfacción de las necesidades del cliente
8. Atención de quejas y reclamaciones
9. Potenciación de la imagen empresarial

A. Resultados de aprendizaje, contenidos y criterios de evaluación

Unidad 1. Empresa y comunicación.

Tiempo estimado: 15 sesiones.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

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

CONTENIDOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p>CONCEPTOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Empresa y empresario. <ul style="list-style-type: none"> - Empresario. • Concepto de empresa. <ul style="list-style-type: none"> - Fines de la empresa. - Elementos de la empresa. • Organización empresarial. Organigramas. <ul style="list-style-type: none"> - Principios de organización. - Organización jerárquica o lineal. - Organización funcional. - Organización mixta (Staff and Line) - Los organigramas. • Departamentos y áreas funcionales. <ul style="list-style-type: none"> - Funciones de los departamentos. - Departamentos tipo. - Relación interdepartamental. • La información en la empresa. <ul style="list-style-type: none"> ○ Importancia de la información en la empresa. ○ Fuentes de información. • El proceso de comunicación <ul style="list-style-type: none"> ○ Diferencia entre información y comunicación. ○ Elementos del proceso de comunicación. ○ Etapas del proceso de comunicación. ○ Tipos de comunicación. • La comunicación en la empresa. <ul style="list-style-type: none"> ○ Comunicación interna. ○ Comunicación externa. • La eficacia de la comunicación. <ul style="list-style-type: none"> ○ La presentación adecuada del mensaje. • Barreras de la comunicación. 	<ul style="list-style-type: none"> • 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

Unidad 2. La comunicación presencial.

Tiempo estimado: 20 sesiones.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Transmite información de forma oral, vinculándola a los usos y costumbres socioprofesionales habituales en la empresa

CONTENIDOS

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

CONCEPTOS:

- La comunicación presencial: elementos y situaciones.
 - **La comunicación oral.**
 - **Elementos en el proceso de comunicación presencial.**
 - **Situaciones de comunicación presencial en la empresa.**
 - **Normas básicas de la comunicación presencial.**
- **Las técnicas de comunicación presencial.**
 - **Habilidades sociales**
 - Elaboración del mensaje.
 - Pautas para la transmisión adecuada del mensaje.
- La comunicación no verbal.
 - La imagen personal en la comunicación presencial.
- Las costumbres socioculturales y los usos empresariales.
 - La comunicación en la recepción de visitas.
 - Normas de protocolo en la empresa.
- Los criterios de calidad en la comunicación presencial.

- 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

Unidad 3. Comunicación telefónica.

Tiempo estimado: 20 sesiones.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

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

CONTENIDOS

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

CONCEPTOS:

- **El proceso de comunicación telefónica..**
 - Característica
 - Fases.
- La expresión verbal y no verbal al teléfono.
 - La comunicación verbal.
 - La comunicación no verbal
 - Pautas de atención telefónica.
- Los equipos y medios más habituales en las comunicaciones telefónicas.
 - **El teléfono y su uso.**
 - **La centralita.**
 - **El uso del listín telefónico.**
- Los protocolos del tratamiento
 - Manejo de las centralitas telefónicas.
 - **Normas de protocolo en la comunicación telefónica.**
- Los usos habituales del teléfono en la empresa.
- Los modelos básicos de comunicación telefónica.
 - **Realizar y contestar llamada telefónicas.**
 - **Recogida y transmisión de mensajes.**
 - **Habilidades para atender las quejas por teléfono.**
 - **Barreras a la comunicación telefónica.**
- La seguridad, registro y confidencialidad de las llamadas 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.
- 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

Unidad 4. Comunicación escrita en la empresa.

Tiempo estimado: 26 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.
Recibir y procesar las comunicaciones internas y externas.

CONTENIDOS

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

CONCEPTOS:

- **La comunicación escrita en la empresa**
- **Normas de comunicación y expresión escrita**
- **Características principales de la correspondencia comercial**
- **La carta comercial. Estructura**
 - **A. Inicio**
 - **B. Contenido**
 - **C. Final**
- **Estilos de la carta comercial**
 - **Moderno**
 - **Moderno Modificado**
 - **Profesional**
 - **Evolucionado**
- **Clases de cartas comerciales**
 - **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**
 - **Oficio**
 - **Nota interior**
 - **Notificación**
 - **Publicación o anuncio**
 - **La solicitud**
 - **La declaración**
 - **La carta**
- **Comunicaciones breves y de régimen interior**
 - **Carta circular**
 - **Saluda**
- **Comunicados de carácter interno**
 - **Avisos y anuncios**
- **El sobre**
 - **Tipos de sobres**
- **El papel**
- **La carta**
- **El certificado**

- 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.

Unidad 5. El tratamiento de la correspondencia y paquetería

Tiempo estimado: 14 sesiones

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

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

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • La circulación de la correspondencia en entidades privadas y públicas. <ul style="list-style-type: none"> ○ El tratamiento de la correspondencia de entradas. ○ Tratamiento de la correspondencia de salida ○ Procedimiento en registros públicos • Los servicios de correspondencia y paquetería. <ul style="list-style-type: none"> ○ Servicio de correos <ul style="list-style-type: none"> • Medios de envío • Servicios adicionales • Las tarifas. ○ Los servicios de las compañías de mensajería • Los medios telemáticos: funciones y procedimientos. <ul style="list-style-type: none"> ○ Servicios de envío online. ○ Administración electrónica. • Las normas de seguridad y confidencialidad de la correspondencia. <ul style="list-style-type: none"> ○ | <ul style="list-style-type: none"> • 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. |
|---|---|

Unidad 6. Archivo y clasificación de documentos.

Tiempo estimado: 15 sesiones

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.

CONTENIDOS

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

CONCEPTOS:

- **Concepto de archivo y finalidad.**
 - La función del archivo en la empresa.
 - Los consejos para llevar el archivo.
- Tipos de archivos empresariales.
 - Según la frecuencia de uso.
 - Según su localización física.
- **Sistemas de clasificación de documentos.**
 - Sistema alfabético.
 - Sistema numérico.
 - Sistema cronológico.
 - El sistema geográfico
 - Temático.
 - Sistemas mixtos: alfanuméricos.
- Archivo de documentos en formato papel.
 - Entrada de la documentación en el archivo.
 - Conservación y utilización de la documentación.
 - Purga y destrucción de documentos.
- Archivo informático de datos.
 - Archivo informático de documentos
 - Sistema de gestión de datos.
- Soportes y materiales de archivo
 - Materiales para el archivo de documentación escrita.
 - Soportes para el archivo informático de datos.
- **La protección de la información LOPD**
 - Medidas para la protección de la información.
 - La ley de Protección de Datos.

- 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

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

Tiempo estimado: 16 sesiones

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

CONTENIDOS

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

CONCEPTOS:

- **El cliente y su importancia para la empresa.**
 - **Concepto y tipos de clientes.**
 - Conocer y fidelizar al cliente: el marketing relacional.
- **Las motivaciones del cliente y el proceso de compra.**
 - **Las necesidades del cliente y su satisfacción.**
 - ¿Qué influye en el comportamiento del cliente?
 - El proceso de decisión de compra del cliente.
- **Elementos de la atención al cliente.**
 - **El entorno.**
 - **La organización.**
 - **Los empleados.**
- **El Departamento de atención al cliente. Concepto**
 - **Principales funciones del departamento de atención al cliente.**
- Comunicación y asesoramiento en la atención al cliente.
- Satisfacción y calidad.
- Evaluación del servicio y fidelización del cliente.

- 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.

Unidad 8. Atención y quejas y reclamaciones

Tiempo estimado: 16 sesiones

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.

CONTENIDOS

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

CONCEPTOS:

- **Valoración de la atención recibida.**
 - **Opinión del cliente.**
 - **Gestión de la satisfacción del cliente.**
- **Elementos de la reclamación.**
- **Gestión de reclamaciones.**
 - **Principios básicos en la gestión de las reclamaciones.**
 - **Proceso de tratamiento de una reclamación.**
 - Beneficios para la empresa.
- **El consumidor y su protección.**
 - Definición de consumidor.
 - El consumidor derechos y obligaciones.
 - **Normativa básica en materia de consumo**
- **Instituciones y organismos de consumo.**
 - **Instituciones públicas.**
 - **Asociaciones de consumidores y usuarios.**
- **Proceso de resolución de una reclamación ante la administración.**
 - Hoja de reclamaciones
 - Presentación de la reclamación.
 - Tramitación de una reclamación.
 - Actuación de la administración ante la denuncia.

- 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

Unidad 9. Potenciación de la imagen empresarial.

Tiempo estimado: 16 sesiones

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

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

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- | | |
|---|---|
| <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. ○ La publicidad audiovisual. • Relaciones públicas. <ul style="list-style-type: none"> ○ Imagen corporativa. | <ul style="list-style-type: none"> • 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 |
|---|---|

En negrita aparecen los contenidos mínimos del módulo.

B. Distribución temporal de los contenidos

Trimestre	Estimación	
	Horas	Unidades
1º	53	1 a 3
2º	49	4 a 6
3º	58	7 a 9
Total	160	

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.

	PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO DE COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE	  <small>Empresas Registradas Enseñanzas de Formación Profesional</small>	 <small>ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN</small>	
CICLO	GESTIÓN ADMINISTRATIVA	CURSO	15/16	Página 12 de 14

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.

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

D Procedimientos e instrumentos de evaluación

Procedimiento de evaluación

Se realizará una evaluación inicial para realizar un diagnóstico de los antecedentes del grupo, sobre sus conocimientos previos y los diferentes puntos de partida de los alumnos.

La evaluación será trimestral y eliminatoria, para tener derecho a ella se requiere la asistencia del alumnado, al menos, al 85% del total de las clases y actividades programadas para el módulo. Cuando un alumno no alcance dicho porcentaje será evaluado mediante una prueba de carácter global a celebrar a final de curso y la entrega de trabajos si se considera obligatoria. Día a día se irá valorando el trabajo y rendimiento del alumno.

Instrumentos de evaluación

Se tendrá en cuenta:

- Pruebas objetivas escritas, relativas a los temas expuestos. Se realizará una prueba por cada unidad didáctica. Las pruebas escritas se repetirán de forma oral o escrita siempre que se justifiquen las faltas debidamente.
- Trabajos de las unidades didácticas (orales o escritos), de forma individual o en grupo. Los trabajos son obligatorios.
- Observación en clase, valorando la participación activa en clase.
- La asistencia a clase.

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 **60%** de la nota. En cada evaluación habrá un mínimo tres pruebas, debiendo sacar en cada una como mínimo una nota de 4 para mediar entre ellas, si en alguna la puntuación fuese inferior, la evaluación quedará suspensa y no superará en ningún caso el 4. 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 **30%** 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 **5%** de la nota. Se valorará el comportamiento, la actitud y la predisposición del alumno en clase. El comportamiento del alumno se calificará mediante la observación de su conducta, fundamentalmente basándose en la participación, atención a las indicaciones y explicaciones del profesor, esfuerzo en el desempeño de las ac-

	PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO DE COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE	  <small>Empresas Registradas Enseñanzas de Formación Profesional</small>	 ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN	
CICLO	GESTIÓN ADMINISTRATIVA	CURSO	15/16	Página 13 de 14

tividades en clase, el compañerismo, etc. Por ello, cuando un alumno es sancionado con 3 faltas leves o 1 falta grave, perderá el 0,5 punto por comportamiento.

- La **asistencia a clase**, supondrá el **5%** de la nota. Si el alumno tiene 5 faltas injustificadas, perderá la nota por asistencia. Asimismo, si los alumnos no asisten a clase de forma grupal, podrán perder 0,5 puntos a criterio de la profesora.

Los errores ortográficos, el desorden, la falta de limpieza en la presentación y la mala redacción, podrán reducir las calificaciones en 1 punto.

Para obtener la nota de cada evaluación, se realizará la media ponderada y se redondeará al entero más próximo.

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.

Criterios de recuperación: La evaluación suspendida por el alumno se recuperará tras la Evaluación, según el criterio del profesor. Se guardarán las evaluaciones aprobadas por el alumno para la convocatoria de evaluación ordinaria de Junio, así como para la extraordinaria de Septiembre, teniendo que superar una nueva prueba sobre la evaluación/es suspensas durante el curso. De esta forma, se mediará la nota del examen de recuperación con las notas de la/s evaluación/es aprobadas por el estudiante.

Además la profesora podrá indicar al alumno una serie de ejercicios, tareas o actividades que entregar antes de la fecha del examen, como el cuaderno de clase actualizado. Estos trabajos se entienden obligatorios para presentarse al examen.

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.

La ausencia al examen de un alumno deberá notificarse al profesor con antelación, el examen sólo se repetirá cuando el alumno ausentado presente un justificante oficial.

Criterios ante irregularidades: Aquellos alumnos que cometan alguna irregularidad durante las actividades evaluadas (plagio, copia, intercambio, simulación de personalidad.), obtendrán un calificación trimestral igual a 1, independientemente del resultado matemático que corresponda a la nota media trimestral. Una vez entregado el boletín de calificaciones, el alumno tendrá derecho a realizar las recuperaciones oportunas de aquellas actividades en las que haya cometido la irregularidad y a ser calificada de nuevo con el criterio habitual.

F. Actividades de recuperación para los alumnos pendientes

Los alumnos matriculados con el módulo pendiente serán examinados en el mes de marzo, en que se les evaluará de forma extraordinaria para que, en caso de aprobar el módulo y los demás pendientes, puedan iniciar el módulo de FCT durante el tercer trimestre. Se les propondrán horas para resolver las dudas que puedan tener y orientarles para la realización del examen. Los alumnos serán evaluados conforme a los contenidos estudiados en el curso 2014-2015.

Será necesario superar un examen que podrá incluir preguntas tipo test, preguntas cortas o casos prácticos. Es necesario obtener un 5 para superar el módulo pendiente. Cabe la posibilidad de mandar algún trabajo que complemente el estudio y que facilite la realización del examen final de recuperación.

	PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO DE COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE	  <small>Empresas Registradas Enseñanzas de Formación Profesional</small>	 <small>ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN</small>	
CICLO	GESTIÓN ADMINISTRATIVA	CURSO	15/16	Página 14 de 14

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 McGraw Hill.
- **Ordenadores:** El Aula dispone de 9 mesas dobles (para dos alumnos) de oficina con 18 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 SANACO que permite, entre otras cosas, que el alumnado pueda seguir las explicaciones en los monitores de sus mesas.
- **Apuntes y actividades complementarias** suministradas por la profesora.
- **Google Drive:** disco duro virtual dónde la profesora colgará documentos y archivos para que los alumnos puedan descargarse, de tal manera que se les simplifique el estudio.

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

Dado que existe un grado de diversidad importante en cuanto a la procedencia de los alumnos y en las capacidades de aprendizaje y los ritmos de trabajo, se podrán proponer actividades de refuerzo y/o ampliación a aquellos alumnos que individualmente se considere necesario.

I. Plan de contingencia

En la carpeta dispuesta al efecto en el Departamento de la Familia Profesional, se encuentran a disposición de Jefatura de Estudios las distintas actividades a realizar por los alumnos como refuerzo del aprendizaje que estuvieran realizando en el momento de producirse la ausencia del profesor. Estas actividades están ordenadas por Unidades con arreglo a la Programación.

Estas actividades serán evaluadas de forma extraordinaria contribuyendo a mejorar la nota final del trimestre correspondiente.

J. Mecanismos de seguimiento y valoración

El seguimiento y valoración del proceso de enseñanza-aprendizaje se realizará a lo largo del Curso utilizando los siguientes mecanismos:

- Reuniones del Departamento para el seguimiento mensual de las programaciones con el fin de detectar posibles incidencias en cuanto a:
 - Desviaciones significativas en su desarrollo.
 - Grado de consecución de los objetivos programados.
Analizadas estas incidencias, se propondrán medidas correctoras y en la siguiente reunión mensual se realizará un seguimiento de la efectividad de las medidas aplicadas.
- Reuniones del Equipo educativo.
- Tutorías.
- Participación de los alumnos en las juntas de evaluación.
- Encuestas de satisfacción del alumnado.

K. Información sobre el módulo para facilitar al alumnado

El alumnado será informado de los siguientes apartados de esta programación:

- A. Resultados de aprendizaje, contenidos y criterios de evaluación.
- B. Organización y distribución temporal de los contenidos.
- C. Metodología didáctica.
- E. Criterios de calificación.
- G. Materiales y recursos didácticos a utilizar, incluidos los libros para uso de los alumnos.