

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 Y ATENCIÓN AL CLIENTE		 Empresa Registrada ER-0025009 Enseñanzas de Formación Profesional		 ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN
CICLO	ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS	CURSO	16/17	Página 2 de 16	

Introducción

El módulo **0651 Comunicación y atención al cliente** se encuadra dentro de las enseñanzas del ciclo formativo de grado superior que capacitan para obtener el título de Técnico Superior en Administración y Finanzas.

Duración: 160 horas.

Objetivos generales

- Analizar y confeccionar los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa/organismo, reconociendo su estructura, elementos y características; así como identificando la tipología de los mismos y su finalidad, para elaborarlos y gestionarlos.
- Identificar las técnicas y parámetros que determinan las empresas/organismos para clasificar, registrar y archivar comunicaciones y documentos.
- Reconocer las técnicas de atención al cliente/usuario, adecuándolas a cada caso y utilizando protocolos de calidad e imagen empresarial o institucional para desempeñar las actividades relacionadas.
- Aplicar estrategias y técnicas de comunicación adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, la finalidad y las características de los receptores; para asegurar la eficacia de la comunicación.
- Identificar modelos, plazos y requisitos para tramitar y realizar la gestión administrativa en la presentación de documentos en organismos y administraciones públicas.
- Desarrollar técnicas de liderazgo, motivación, supervisión y comunicación en contextos de trabajo en grupo, para facilitar la organización y coordinación de equipos de trabajo.
- Desarrollar la creatividad y el espíritu de innovación para responder a los retos que se presentan en la organización del trabajo y de la vida personal.
- Elaborar informes sobre los parámetros de viabilidad de una empresa, reconocer los productos financieros y los proveedores de los mismos, para supervisar la gestión de tesorería y el estudio de viabilidad del proyecto.
- Utilizar procedimientos relacionados con la cultura emprendedora, empresarial y de iniciativa profesional; para realizar la gestión básica de una pequeña empresa o emprender un trabajo.

Unidades de Trabajo

1. Las organizaciones empresariales.
2. El proceso de comunicación.
3. La comunicación en la empresa.
4. La comunicación no verbal.
5. La comunicación oral.
6. La comunicación telefónica.
7. La comunicación escrita en la empresa. Modelos de comunicación escrita.
8. El departamento de atención al cliente.
9. El servicio posventa.
10. El tratamiento de la información.

	PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO DE COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE		 Empresa Registrada ER-0025009 Enseñanzas de Formación Profesional		 ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN
CICLO	ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS	CURSO	16/17	Página 3 de 16	

A. Resultados de aprendizaje, contenidos y criterios de evaluación

Unidad 1. Las organizaciones empresariales.

Tiempo estimado: 12 sesiones.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Se introduce en la realidad empresarial, comprende qué son las empresas, qué fines tienen y qué funciones realizan.
- Esquematiza la organización interna de las empresas a través de departamentos funcionales y organigramas.
- Reconoce los diferentes estilos de mando posibles en las organizaciones y su influencia en el clima laboral que generan.
- Caracteriza técnicas de comunicación institucional y promocional, distinguiendo entre internas y externas.

CONTENIDOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
CONCEPTOS: • La empresa como organización. • Tipos de organizaciones empresariales. ◦ Clasificación jurídica ◦ Clasificación según la estructura organizacional. • Funciones en la organización: planificación, dirección, organización y control. • Departamentos en la empresa. Los organigramas. ◦ Concepto y tipos de departamentos. ◦ Los organigramas: concepto, características y clases. • La toma de decisiones. ◦ Tipos de decisiones. ◦ El proceso de toma de decisiones. ◦ La toma de decisiones en grupo. • Identidad e imagen corporativa. ◦ Identidad corporativa. ◦ Imagen corporativa. ◦ Marca. ◦ Identidad Visual Corporativa (IVC)	• Se han identificado los tipos de instituciones empresariales, describiendo sus características jurídicas, funcionales y organizativas. • Se han relacionado las funciones tipo de la organización: dirección, planificación, organización, ejecución y control. • Se ha identificado la estructura organizativa para una asistencia o la prestación de un servicio de calidad. • Se han relacionado los distintos estilos de mando de una organización con el clima laboral que generan. • Se han definido los canales formales de comunicación en la organización a partir de su organigrama. • Se ha valorado la importancia de la transmisión de la imagen corporativa de la organización en las comunicaciones formales. • Se han identificado los aspectos más significativos que transmiten la imagen corporativa en las comunicaciones institucionales y promocionales de la organización.

	PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO DE COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE		  Empresa Registrada EN-002502000 Enseñanzas de Formación Profesional	 ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN
CICLO	ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS	CURSO	16/17	Página 4 de 16

Unidad 2. El proceso de comunicación. Tiempo estimado: 13 sesiones.	
RESULTADOS DE APRENDIZAJE	
• Caracteriza técnicas de comunicación institucional y promocional, distinguiendo entre internas y externas. • Realiza comunicaciones orales, presenciales y no presenciales, aplicando técnicas de comunicación y adaptándolas a la situación y al interlocutor.	
CONTENIDOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
CONCEPTOS: • Elementos que intervienen en el proceso de comunicación. ○ El emisor. ○ El receptor. ○ El mensaje. ○ El canal. ○ El código. ○ El contexto. ○ El feedback o retroalimentación. • Barreras a la comunicación. • Soluciones a las barreras de la comunicación. • Diferencias entre comunicación e información.	• Se ha valorado la influencia de la comunicación informal y las cadenas de rumores en las organizaciones, y su repercusión en las actuaciones del servicio de información prestado. • Se ha relacionado el proceso de demanda de información de acuerdo con el tipo de cliente, interno o externo, que puede intervenir en la misma. • Se han definido los canales formales de comunicación en la organización a partir de su organigrama. • Se han diferenciado los procesos de comunicación internos formales e informales. • Se han identificado los elementos y las etapas de un proceso de comunicación. • Se han detectado las interferencias que producen las barreras de la comunicación en la comprensión de un mensaje y se han propuesto las acciones correctivas necesarias.

	PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO DE COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE		 	
CICLO	ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS	CURSO	16/17	Página 5 de 16

Unidad 3. La comunicación en la empresa. Tiempo estimado: 13 sesiones.	
RESULTADOS DE APRENDIZAJE	
• Valora la importancia de la transmisión de la identidad corporativa de la organización. • Reconoce la importancia del control de los rumores en la organización y de la comunicación como generadora de comportamientos. • Caracteriza técnicas de comunicación institucional y promocional, distinguiendo entre internas y externas.	
CONTENIDOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
CONCEPTOS: • La comunicación en la empresa. Tipos. • La comunicación interna. ○ La comunicación vertical. ○ La comunicación horizontal. ○ La comunicación diagonal. ○ Las reuniones de trabajo. • La comunicación externa. ○ Tipos de comunicación externa según el contenido del mensaje. ○ Tipos de público de la comunicación externa. ○ Las relaciones públicas. ○ La publicidad. • La comunicación de crisis. ○ Cómo actuar ante una crisis. ○ Principios de la comunicación de crisis. • Redes de comunicación. ○ Redes de comunicación formal. ○ Redes de comunicación informal. • La comunicación como generadora de comportamientos. ○ Actitudes relacionadas con la comunicación dentro de la organización. ○ Factores a tener en cuenta para facilitar la comunicación asertiva.	• Se han definido los canales formales de comunicación en la organización a partir de su organigrama. • Se han diferenciado los procesos de comunicación internos formales e informales. • Se ha valorado la importancia de la transmisión de la imagen corporativa de la organización en las comunicaciones formales. • Se han identificado los aspectos más significativos que transmiten la imagen corporativa en las comunicaciones institucionales y promocionales de la organización. • Se ha relacionado el proceso de demanda de información de acuerdo con el tipo de cliente, interno y externo, que puede intervenir en la misma. • Se ha valorado la influencia de la comunicación informal y las cadenas de rumores en las organizaciones, y su repercusión en las actuaciones del servicio de información prestado.

	PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO DE COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE		  Enseñanzas de Formación Profesional	 ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN
CICLO	ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS	CURSO	16/17	Página 6 de 16

Unidad 4. La comunicación no verbal. Tiempo estimado: 14 sesiones.	
RESULTADOS DE APRENDIZAJE	
• Valora la importancia de aspectos como el tono, la rapidez al hablar, las miradas, etc. en el proceso de la comunicación. • Realiza comunicaciones orales presenciales y no presenciales, aplicando técnicas de comunicación y adaptándolas a la situación y al interlocutor.	
CONTENIDOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
CONCEPTOS: • La comunicación no verbal. ○ Partes en la comunicación no verbal. ○ Los actos no verbales. ○ Tipos de actos no verbales. • Factores asociados al lenguaje no verbal. ○ La paralingüística. ○ La kinesia. ○ La proxémica. ○ La imagen personal. • Funciones de la comunicación no verbal	• Se han aplicado convenientemente elementos de comunicación no verbal en los mensajes emitidos. • Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, cortesía, respeto y sensibilidad. • Se han comprobado los errores cometidos y se han propuesto las acciones correctoras necesarias. • Se ha aplicado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales. • Se han detectado las interferencias que producen las barreras de la comunicación en la comprensión de un mensaje y se han propuesto las acciones correctoras necesarias. • Se han tenido en cuenta las costumbres socioculturales y los usos empresariales y se ha valorado la importancia de la transmisión de la imagen corporativa. • Se han identificado los elementos y las etapas de un proceso de comunicación.

	PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO DE COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE		 	
CICLO	ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS	CURSO	16/17	Página 7 de 16

Unidad 5. La comunicación oral

Tiempo estimado: 16 sesiones.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Valora la importancia de la comunicación no verbal y la preparación de los mensajes orales, mediante el empleo de la cortesía, el respeto y la sensibilidad.
- Realiza comunicaciones orales presenciales y no presenciales, aplicando técnicas de comunicación y adaptándolas a la situación y al interlocutor.

CONTENIDOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
CONCEPTOS: • La expresión oral ○ Requisitos y características ○ Elaborar un mensaje oral ▪ Etapas de elaboración ▪ Precisión y claridad en el mensaje ○ Formas de comunicación oral ▪ El diálogo y el debate ▪ El informe ▪ Conferencia ▪ La entrevista ▪ La atención telefónica • Escuchar para comunicarnos mejor ○ Atención y escucha activa ○ Mostrar empatía ○ Saber preguntar ○ Mejorar la retroalimentación o feedback ○ Estrategias para conseguir la atención del receptor ○ Técnicas de la comunicación asertiva	• Se han identificado los elementos y las etapas de un proceso de comunicación. • Se han aplicado las distintas técnicas de comunicación oral presencial y telefónica. • Se ha aplicado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales. • Se han identificado los elementos necesarios para realizar y recibir una llamada telefónica efectiva en sus distintas fases: preparación, presentación-identificación y realización. • Se han tenido en cuenta las costumbres socioculturales y los usos empresariales y se ha valorado la importancia de la transmisión de la imagen corporativa. • Se han detectado las interferencias que producen las barreras de la comunicación en la comprensión de un mensaje y se han propuesto las acciones correctoras necesarias. • Se han utilizado el léxico y las expresiones adecuadas al tipo de comunicación y a los interlocutores. • Se han aplicado convenientemente elementos de comunicación no verbal en los mensajes emitidos. • Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, cortesía, respeto y sensibilidad. • Se han comprobado los errores cometidos y se han propuesto las acciones correctoras necesarias.

	PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO DE COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE		 	
CICLO	ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS	CURSO	16/17	Página 8 de 16

Unidad 6. La comunicación telefónica. Tiempo estimado: 14 sesiones.	
RESULTADOS DE APRENDIZAJE	
• Conoce los diferentes tipos de dispositivos de telefonía existentes y sus prestaciones, además de los servicios que ofrecen las empresas de telefonía. • Realiza comunicaciones telefónicas de tipo profesional, aplicando las técnicas de comunicación adecuadas y las reglas aprendidas, adaptándolas a la situación y al interlocutor. • Identifica las aplicaciones del telemarketing, sus ventajas e inconvenientes, y las habilidades que le permitirán desarrollar un trabajo en telemarketing profesional.	
CONTENIDOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
CONCEPTOS: • La comunicación telefónica. • Medios y equipos telefónicos. ○ Dispositivos individuales de telefonía fija. ○ Centralitas. ○ Dispositivos de telefonía móvil. • Servicios suplementarios que ofrecen los equipos de telefonía. ○ Prestaciones habituales. ○ Servicios relacionados con la facturación. ○ Servicios relacionados con las empresas. • Reglas para una buena comunicación telefónica. ○ Reglas básicas. ○ Reglas para contestar una llamada. ○ Reglas para llamar por teléfono. ○ Habilidades para actuar de filtro. ○ Habilidades para atender las quejas por teléfono. ○ Búsqueda de empleo a través del teléfono. • El telemarketing. ○ Aplicaciones del telemarketing. ○ Ventajas e inconvenientes del telemarketing. ○ Habilidades para desarrollar un telemarketing profesional.	• Se han aplicado las distintas técnicas de comunicación oral presencial y telefónica. • Se ha utilizado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales. • Se han identificado los elementos necesarios para efectuar y recibir una llamada telefónica efectiva en sus distintas fases: preparación, presentación-identificación y realización. • Se han tenido en cuenta las costumbres socioculturales y los usos empresariales y se ha valorado la importancia de la transmisión de la imagen corporativa. • Se han detectado las interferencias que producen las barreras de la comunicación en la comprensión de un mensaje y se han propuesto las acciones correctoras necesarias. • Se han utilizado el léxico y las expresiones más adecuadas según el tipo de comunicación y los interlocutores. • Se han empleado convenientemente los elementos de comunicación no verbal en los mensajes emitidos. • Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, cortesía, respeto y sensibilidad. • Se han comprobado los errores cometidos y se han propuesto las acciones correctoras necesarias.

 INSTITUTO DE EDUCACIÓN SECUNDARIA ZURLO	PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO DE COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE		 Empresa Registrada ER-0025009 Enseñanzas de Formación Profesional	 INSTRUMENTOS NACIONALES DE EVALUACIÓN	 ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN
CICLO	ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS	CURSO	16/17	Página 9 de 16	

Unidad 7. La comunicación escrita en la empresa. Modelos de comunicación escrita

Tiempo estimado: 24 sesiones.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	
• Conoce los elementos y recursos básicos de la expresión escrita y es capaz de aplicarlos. • Diferencia entre los distintos tipos de documentos profesionales existentes y sus diferentes estructuras y estilos. • Elabora documentos escritos de carácter profesional, aplicando criterios lingüísticos, ortográficos y de estilo adecuados.	
CONTENIDOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
CONCEPTOS: • La comunicación escrita. ○ Etapas para elaborar un texto escrito. ○ Principios de la comunicación escrita. • Producir o reproducir documentos. ○ Las tres R: reciclar, reducir y reutilizar. • Modelos de documentos escritos en la empresa. ○ La carta comercial. ○ Documentos mercantiles. ○ Documentos internos. ○ Textos de promoción. ○ El mensaje publicitario. ○ El informe. ○ • El correo electrónico. La netiqueta. ○ La netiqueta.	• Se han identificado los soportes y los canales existentes para elaborar y transmitir documentos. • 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 diferenciado las estructuras y estilos de redacción propios de la documentación profesional. • Se ha redactado el documento apropiado, utilizando una estructura, terminología y forma adecuadas, en función de su finalidad y de la situación de partida. • Se han utilizado las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos y autoedición, así como sus herramientas de corrección. • Se han publicado documentos con herramientas de la Web 2.0. • Se ha adecuado la documentación escrita al manual de estilo de organizaciones tipo. • Se ha utilizado la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos, establecida para las empresas e instituciones públicas y privadas. • Se han aplicado, en la elaboración de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar y reciclar). • Se han empleado técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones escritas, valorando su importancia para las organizaciones.

 INSTITUTO DE FORMACIÓN PROFESIONAL ZURLO	PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO DE COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE		 Empresa Registrada EN-002502000 Enseñanzas de Formación Profesional	 INSTRUMENTO DE CALIDAD	 ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN
CICLO	ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS	CURSO	16/17	Página 10 de 16	

Unidad 8. El departamento de atención al cliente.

Tiempo estimado: 18 sesiones.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Reconoce la importancia de la atención al cliente para la empresa y la necesidad de adoptar una actitud proactiva que reduzca las incidencias en los procesos.
- Aplica técnicas de comunicación identificando las más adecuadas en la relación y atención a los clientes/usuarios.
- Gestiona consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes aplicando la normativa vigente.

CONTENIDOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
CONCEPTOS: • El departamento de atención al cliente. ○ Principios de la atención al cliente. ○ El departamento de atención al cliente. • Fases en el proceso de atención al cliente. • Procedimientos de resolución de quejas y reclamaciones. • La comunicación de los elementos básicos del procedimiento para interponer quejas y reclamaciones. • Aplicación de la normativa en la resolución de quejas y reclamaciones.	• Se han aplicado técnicas de comunicación y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente/usuario en situaciones de atención y/o asesoramiento al mismo. • Se ha adoptado la actitud más adecuada según el comportamiento del cliente ante diversos tipos de situaciones. • Se han identificado las fases que componen el proceso de atención al cliente/consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación. • Se ha obtenido, en su caso, la información histórica del cliente. • Se ha aplicado la normativa en materia de consumo. • Se ha valorado la importancia de la protección del consumidor. • Se han redactado escritos de respuesta, utilizando medios electrónicos u otros canales de comunicación. • Se han determinado los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones. • Se ha gestionado la información que hay que suministrar al cliente. • Se ha diferenciado entre los tipos de demanda o reclamación. • Se han relacionado los elementos de la queja/reclamación con las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/reclamaciones. • Se ha interpretado correctamente la comunicación recibida por parte del cliente. • Se ha valorado la importancia de mantener una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos.

	• Se han descrito las funciones del departamento de atención al cliente en empresas. • Se han analizado y solucionado los errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente/usuario. • Se han aplicado la forma y actitud adecuadas en la atención y el asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado. • Se han estudiado las motivaciones de compra o demanda de un producto o servicio por parte del cliente/usuario.
--	--

Unidad 9. El servicio posventa.

Tiempo estimado: 18 sesiones.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Reconoce y valora el servicio postventa dentro de una empresa.
- Es consciente de la necesidad de que el servicio se gestione con calidad en ese departamento.
- Organiza el servicio postventa, relacionándolo con la fidelización del cliente.

CONTENIDOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
CONCEPTOS: • El servicio posventa. ◦ Tipos de servicio posventa. • Relación del servicio posventa con otros procesos dentro de la empresa. ◦ El servicio posventa y su relación con la calidad. • Gestión de la calidad y servicio posventa. ◦ Acciones para gestionar la calidad en el proceso del servicio posventa. • Técnicas y herramientas para la gestión de la calidad. • Estructuración del servicio posventa. ◦ Estructura de un servicio posventa. • Herramientas de gestión de un servicio posventa.	• Se ha valorado la importancia del servicio posventa en los procesos comerciales. • Se han identificado los elementos que intervienen en la atención posventa. • Se han reconocido las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio posventa. • Se han aplicado los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio posventa y los elementos que intervienen en la fidelización del cliente. • Se han distinguido los momentos o fases que estructuran el proceso de posventa. • Se han utilizado las herramientas de gestión de un servicio posventa. • Se han descrito las fases del procedimiento de relación con los clientes. • Se han definido los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio. • Se han detectado y solventado los errores producidos en la prestación del servicio. • Se ha aplicado el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas.

Unidad 10. El tratamiento de la información

Tiempo estimado: 21 sesiones.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Valora la necesidad de implementar medidas de seguridad en la información.
- Reconoce las ventajas y los inconvenientes de los diferentes soportes posibles de archivo.
- Determina los procesos de recepción, registro, distribución y recuperación de comunicaciones escritas, aplicando criterios específicos de cada una de estas tareas a las diferentes fases que componen la tramitación y gestión de las reclamaciones y de las denuncias.

CONTENIDOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
CONCEPTOS: • Tratamiento de la información. ○ Búsqueda de información. ○ Clasificación de la información. ○ Selección de la información. ○ Interpretación y presentación de la información. ○ Seguridad de la información. • El archivo. ○ Sistemas de archivo. • Soportes de archivo.	• Se han identificado los medios, procedimientos y criterios más adecuados en la recepción, registro, distribución y transmisión de comunicación escrita a través de los medios telemáticos. • Se han determinado las ventajas e inconvenientes de la utilización de los distintos medios de transmisión de la comunicación escrita. • Se ha seleccionado el medio de transmisión más adecuado en función de los criterios de urgencia, coste y seguridad. • Se han identificado los soportes de archivo y registro más utilizados en función de las características de la información que se va a almacenar. • Se han analizado las técnicas de mantenimiento del archivo de gestión de correspondencia convencional. • Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiado al tipo de documentos. • Se han reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación. • Se han respetado los niveles de protección, seguridad y acceso a la información según la normativa vigente y se han aplicado, en la elaboración y archivo de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar). • Se han registrado los correos electrónicos recibidos o emitidos de forma organizada y rigurosa, según técnicas de gestión eficaz. • Se ha realizado la gestión y mantenimiento de libretas de direcciones. • Se ha valorado la importancia de la firma digital en la correspondencia electrónica

En negrita aparecen los contenidos mínimos del módulo.

B. Distribución temporal de los contenidos

Trimestre	Estimación	
	Sesiones	Unidades
1º	52	1 a 4
2º	54	5 a 7
3º	57	8 a 10
Total	163	

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.

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.

	PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO DE COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE		  Enseñanzas de Formación Profesional	
CICLO	ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS	CURSO	16/17	Página 14 de 16

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 actividades 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 el profesor 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.

	PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO DE COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE		 Empresa Registrada ER-0025009 Enseñanzas de Formación Profesional		 ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN
CICLO	ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS	CURSO	16/17	Página 15 de 16	

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

No procede, por no haber alumnos pendientes de cursos anteriores.

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 10 mesas dobles (para dos alumnos) de oficina con 20 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. Los equipos disponen del Sistema Operativo Windows Multipoint Server 2012 Premium y Microsoft Office Professional Plus 2016. Adicionalmente se dispone de 6 ordenadores portátiles con conexión a Internet y mesas individuales.
- **Apuntes y actividades complementarias** suministradas por el profesor.
- **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.

	PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO DE COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE		 Empresa registrada Enseñanzas de Formación Profesional		 ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN
CICLO	ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS	CURSO	16/17	Página 16 de 16	

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:

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