




	PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE			
CICLO	GESTIÓN ADMINISTRATIVA	CURSO	19/20	Página 1 de 17

INDICE

A.	Resultados de aprendizaje, contenidos y criterios de evaluación.....	3
B.	Distribución temporal de los contenidos	11
C.	Metodología didáctica.....	12
D.	Procedimientos e instrumentos de evaluación	12
E.	Criterios de calificación	13
F.	Actividades de recuperación para los alumnos pendientes.....	15
G.	Materiales y recursos didácticos que se vayan a utilizar, incluidos los libros para usode los alumnos	15
H.	Medidas de atención a la diversidad y adaptaciones curriculares para los alumnos que las precisen	16
I.	Plan de contingencia	16
J.	Mecanismos de seguimiento y valoración.....	16
K.	Información sobre el módulo para facilitar al alumnado	16

	PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE			
CICLO	GESTIÓN ADMINISTRATIVA	CURSO	19/20	Página 2 de 17

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




	PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE			
CICLO	GESTIÓN ADMINISTRATIVA	CURSO	19/20	Página 3 de 17

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> <ol style="list-style-type: none"> 1. La empresa y su organización. <ul style="list-style-type: none"> ○ Concepto de empresa. ○ Fines de la empresa. ○ Elementos de la empresa. ○ Organización empresarial. ○ 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. 2. La información en la empresa. <ul style="list-style-type: none"> ○ Importancia de la información en la empresa. ○ Fuentes de información. 3. El proceso de comunicación <ul style="list-style-type: none"> ○ Diferencia entre información y comunicación. <ul style="list-style-type: none"> ○ Elementos del proceso de comunicación. ○ Etapas del proceso de comunicación. ○ Tipos de comunicación. 4. La comunicación en la empresa. <ul style="list-style-type: none"> ○ Comunicación interna. ○ Comunicación externa. 5. 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

	PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE			
CICLO	GESTIÓN ADMINISTRATIVA	CURSO	19/20	Página 4 de 17

UNIDAD 2. LA COMUNICACIÓN PRESENCIAL. Tiempo estimado: 15 sesiones.	
RESULTADOS DE APRENDIZAJE	
Transmite información de forma oral, vinculándola a los usos y costumbres socioprofesionales habituales en la empresa.	
CONTENIDOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p>CONCEPTOS:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. La comunicación presencial: elementos y situaciones. <ul style="list-style-type: none"> ○ La comunicación oral. ○ Elementos en el proceso de comunicación presencial. ○ Situaciones de comunicación presencial en la empresa. ○ Normas básicas de la comunicación presencial. 2. Las técnicas de comunicación presencial. <ul style="list-style-type: none"> ○ Habilidades sociales ○ Elaboración del mensaje. ○ Pautas para la transmisión adecuada del mensaje. 3. La comunicación no verbal. <ul style="list-style-type: none"> ○ La imagen personal en la comunicación presencial. 4. Las costumbres socioculturales y los usos empresariales. <ul style="list-style-type: none"> ○ La comunicación en la recepción de visitas. ○ Normas de protocolo en la empresa. 5. Los criterios de calidad en la comunicación presencial. 	<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




	PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE			
CICLO	GESTIÓN ADMINISTRATIVA	CURSO	19/20	Página 5 de 17

UNIDAD 3. COMUNICACIÓN TELEFÓNICA.	
Tiempo estimado: 15 sesiones	
RESULTADOS DE APRENDIZAJE	
Recepcionar, procesar y transmitir información de forma oral en las comunicaciones telefónicas	
CONTENIDOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p>CONCEPTOS:</p> <p>1. El proceso de comunicación telefónica.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Característica ○ Fases. ○ La expresión no verbal al teléfono ○ La comunicación verbal. ○ La comunicación no verbal ○ Pautas de atención telefónica. <p>2. Los equipos y medios más habituales en las comunicaciones telefónicas.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ El teléfono y su uso. ○ La centralita. ○ El uso del listín telefónico. <p>3. Los protocolos del tratamiento</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Manejo de las centralitas telefónicas. ○ Normas de protocolo en la comunicación telefónica <p>4. Los usos habituales del teléfono en la empresa.</p> <p>5. Los modelos básicos de comunicación telefónica.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Realizar y contestar llamadas telefónicas ○ Recogida y transmisión de mensajes. ○ Habilidades para atender las quejas por teléfono. ○ Barreras a la comunicación telefónica. <p>6. La seguridad, registro y confidencialidad de las llamadas telefónicas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 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.




	PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE			
CICLO	GESTIÓN ADMINISTRATIVA	CURSO	19/20	Página 6 de 17

UNIDAD 4. COMUNICACIONES ESCRITAS EN LA EMPRESA.	
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.	
Recibir y procesar las comunicaciones internas y externas.	
CONTENIDOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p>CONCEPTOS:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Elementos de la comunicación escrita <ul style="list-style-type: none"> ○ La comunicación escrita en la empresa. 2. La redacción de escritos. <ul style="list-style-type: none"> ○ Normas de comunicación y expresión escrita ○ Características principales de la correspondencia comercial. ○ La carta comercial. Estructura ○ Estilos de la carta comercial <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 3. Formatos y tipo de documentos en las empresas y las Administraciones públicas. <ul style="list-style-type: none"> ○ Documentos administrativos básicos ○ Comunicaciones breves de régimen interior ○ Comunicados de carácter interno 4. Soportes para elaborar y transmitir documentos <ul style="list-style-type: none"> ○ El sobre ○ El papel 5. Canales de transmisión de la información <ul style="list-style-type: none"> ○ Correo convencional ○ Correo electrónico 	<ul style="list-style-type: none"> • Se han 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: tipos 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.

Todos los documentos deben ser utilizados en soporte informático. La realización de copias impresas no está permitida, salvo para uso temporal y de alcance limitado. Cualquier persona que realice una copia de un documento es responsable de su control y de verificar que mantiene su vigencia durante su periodo de utilización. **Un documento impreso es, por principio, un documento incontrolado, susceptible de quedar obsoleto en cualquier momento,** y por tanto su vigencia debe ser verificada por el propio usuario antes del uso.

	PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE			
CICLO	GESTIÓN ADMINISTRATIVA	CURSO	19/20	Página 7 de 17

UNIDAD 5. EL TRATAMIENTO DE LA CORRESPONDENCIA Y PAQUETERÍA	
Tiempo estimado: 15 sesiones	
RESULTADOS DE APRENDIZAJE	
Transmitir, recepcionar y procesar las comunicaciones internas y externas de la empresa y de la Administración Pública	
CONTENIDOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p>CONCEPTOS:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 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 2. Los servicios de correspondencia y paquetería. <ul style="list-style-type: none"> ○ Servicio de correos <ul style="list-style-type: none"> - Servicios adicionales 3. Los medios telemáticos <ul style="list-style-type: none"> ○ 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. 4. Las normas de seguridad y confidencialidad de la correspondencia. 	<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 documentos establecida para las empresas.

	PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE			
CICLO	GESTIÓN ADMINISTRATIVA	CURSO	19/20	Página 8 de 17

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
<p>CONCEPTOS:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. El archivo: Concepto y finalidad. <ul style="list-style-type: none"> ○ La función del archivo en la empresa. ○ Los consejos para llevar el archivo. 2. Tipos de archivos empresariales. <ul style="list-style-type: none"> ○ Según la frecuencia de uso. ○ Según su localización física. 3. Sistemas de clasificación de documentos. <ul style="list-style-type: none"> ○ Sistema alfabético. ○ Sistema numérico. ○ Sistema cronológico. ○ El sistema geográfico ○ Temático. ○ Sistemas mixtos: alfanuméricos. 4. Archivo de documentos en formato papel. <ul style="list-style-type: none"> ○ Entrada de la documentación en el archivo. ○ Conservación y utilización de la documentación. ○ Purga y destrucción de documentos. 5. Soportes y materiales de archivo <ul style="list-style-type: none"> ○ Materiales para el archivo de documentación escrita. 	<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 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.

	PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE			
CICLO	GESTIÓN ADMINISTRATIVA	CURSO	19/20	Página 9 de 17

UNIDAD 7. DETECCIÓN DE LAS NECESIDADES DEL CLIENTE Y DE SU SATISFACCIÓN.




Tiempo estimado: 15 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
<p>CONCEPTOS:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. El cliente y su importancia para la empresa. <ul style="list-style-type: none"> ○ Concepto y tipos de clientes. ○ Conocer y fidelizar al cliente: el marketing relacional. 2. Las motivaciones del cliente y el proceso de compra. <ul style="list-style-type: none"> ○ Las necesidades del cliente y su satisfacción. ○ ¿Qué influye en el comportamiento del cliente? ○ El proceso de decisión de compra del cliente. 3. Elementos de la atención al cliente. <ul style="list-style-type: none"> ○ El entorno. ○ La organización. ○ Los empleados. 4. El Departamento de atención al cliente. <ul style="list-style-type: none"> ○ Principales funciones del departamento de atención al cliente. 5. Comunicación y asesoramiento en la atención al cliente. 6. Satisfacción y calidad. 7. Evaluación del servicio y fidelización del cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Se ha descrito la figura del cliente y su importancia para la empresa. ▪ Se han diferenciado los distintos tipos de clientes 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. ▪ 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.

	PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE			
CICLO	GESTIÓN ADMINISTRATIVA	CURSO	19/20	Página 10 de 17

UNIDAD 8. ATENCIÓN Y QUEJAS Y RECLAMACIONES	
Tiempo estimado: 15 sesiones	
RESULTADOS DE APRENDIZAJE	
<p>Atender consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes aplicando la normativa vigente en materia de consumo.</p> <p>Aplicar procedimientos de calidad en la atención al cliente, identificando los estándares establecidos.</p>	
CONTENIDOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p>CONCEPTOS:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Valoración de la atención recibida. <ul style="list-style-type: none"> ○ Opinión del cliente. ○ Gestión de la satisfacción del cliente. 2. Elementos de la reclamación. 3. Gestión de reclamaciones. <ul style="list-style-type: none"> ○ Principios básicos en la gestión de las reclamaciones. ○ Proceso de tratamiento de una reclamación. ○ Beneficios para la empresa. 4. El consumidor y su protección. <ul style="list-style-type: none"> ○ Definición de consumidor. ○ El consumidor derechos y obligaciones. ○ Normativa básica en materia de consumo 5. Instituciones y organismos de consumo. <ul style="list-style-type: none"> ○ Instituciones públicas. ○ Asociaciones de consumidores y usuarios. 6. Proceso de resolución de una reclamación ante la administración. <ul style="list-style-type: none"> ○ Hoja de reclamaciones ○ Presentación de la reclamación. ○ Tramitación de una reclamación. ○ Actuación de la administración ante la denuncia del servicio y fidelización del cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Se ha valorado la importancia del servicio. ▪ 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.




	PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE		
CICLO	GESTIÓN ADMINISTRATIVA	CURSO	19/20 Página 11 de 17

UNIDAD 9. POTENCIACIÓN DE LA IMAGEN EMPRESARIAL.	
Tiempo estimado: 15 sesiones	
RESULTADOS DE APRENDIZAJE	
Potenciar la imagen de una empresa, reconociendo y aplicando los elementos y herramientas de marketing	
CONTENIDOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p>CONCEPTOS:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. La función comercial de la empresa. 2. El marketing: <ul style="list-style-type: none"> ○ Conceptos básicos en marketing. ○ Fundamentos de marketing en la economía de mercado. ○ Marketing e imagen de empresa. 3. Implantación del plan de marketing 4. El producto y sus estrategias 5. El precio y sus estrategias 6. La distribución 7. Estrategias de comunicación con el cliente <ul style="list-style-type: none"> ○ La publicidad. ○ Tipos de publicidad. ○ Regulación de la publicidad 8. Imagen y cultura de empresa: responsabilidad social 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. ▪ 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		
	Estimación	
Trimestre	Horas	Unidades
1º	53	1-3
2º	53	4-6
3º	54	7-9

Todos los documentos deben ser utilizados en soporte informático. La realización de copias impresas no está permitida, salvo para uso temporal y de alcance limitado. Cualquier persona que realice una copia de un documento es responsable de su control y de verificar que mantiene su vigencia durante su periodo de utilización. **Un documento impreso es, por principio, un documento incontrolado, susceptible de quedar obsoleto en cualquier momento,** y por tanto su vigencia debe ser verificada por el propio usuario antes del uso.

	PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE			
CICLO	GESTIÓN ADMINISTRATIVA	CURSO	19/20	Página 12 de 17

C. Metodología didáctica

El aprendizaje será activo, pero no se desestimará la teoría. La teoría y la práctica deben relacionarse y equilibrarse constantemente. Además, es fundamental como introducción a los nuevos conceptos que se manejan en el módulo.

La metodología se adaptará 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 formándose.

Pormenorización y particularización de las actuaciones que se llevarán a cabo en los bloques horarios:

- Se introduce al alumno en cada unidad didáctica, relacionando los contenidos que se van a impartir con el desempeño de aquellas funciones que los requerirán, intentando que el alumno extraiga la relación de actitudes que se precisan para el desempeño de la/s función/es en cuestión.
- Posteriormente se imparten las explicaciones teóricas, demostraciones, comentarios de gráficos, apuntes, textos, etc. y se recopila el vocabulario específico.
- Se propone al alumno tantas prácticas como sean precisas, para su desarrollo en clase (primordialmente), o en casa (excepcionalmente, si es necesario), hasta que se alcancen los objetivos de la unidad.

Se dará especial importancia a las actividades prácticas de comunicación, tanto orales como escritas y a su realización con la corrección esperada para el perfil profesional del título.

D. Procedimientos e instrumentos de evaluación




Procedimiento de evaluación

La evaluación será trimestral, 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.

Instrumentos de evaluación

Todos los documentos deben ser utilizados en soporte informático. La realización de copias impresas no está permitida, salvo para uso temporal y de alcance limitado. Cualquier persona que realice una copia de un documento es responsable de su control y de verificar que mantiene su vigencia durante su periodo de utilización. **Un documento impreso es, por principio, un documento incontrolado, susceptible de quedar obsoleto en cualquier momento**, y por tanto su vigencia debe ser verificada por el propio usuario antes del uso.

	PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE			
CICLO	GESTIÓN ADMINISTRATIVA	CURSO	19/20	Página 13 de 17

Se realizarán:

- Pruebas objetivas escritas, relativas a los temas expuestos.
- Trabajos y actividades, (orales y escritos), de forma individual o en grupo.
- Observación sistemática de la conducta.

Criterios de evaluación:

Están recogidos y temporalizados en el apartado A de la presente programación, junto con los contenidos y los resultados de aprendizaje.

E. Criterios de calificación

Se realizarán tres evaluaciones en las fechas señaladas por el Instituto y el Departamento.

La evaluación del módulo constará de pruebas y actividades que versarán sobre la totalidad de los contenidos, resultados de aprendizaje y criterios de evaluación del módulo.

La calificación de cada evaluación se obtendrá:




- **Pruebas objetivas teórico-prácticas. Supondrán el 80%** de la nota final. Las pruebas se ajustarán a los porcentajes establecidos en los criterios de evaluación de la presente programación. Se realizarán al menos dos por evaluación:

Una prueba de los contenidos mínimos del módulo estudiados durante la evaluación. Esta prueba se superará únicamente sacando un 10/10 de las cuestiones. Con ella se obtiene el 30% de la nota de la evaluación y superarla es requisito indispensable para poder realizar la segunda prueba.

Una prueba sobre la totalidad de los contenidos impartidos, no únicamente los mínimos. Con ella se obtiene el 50% de la nota de la evaluación. Para poder realizarla es indispensable haber superado la prueba de contenidos mínimos.

Las pruebas se calificarán con una nota entre 0 y 10, con dos decimales.

Cuando el alumno no pueda acudir a alguna prueba objetiva por causas legalmente justificadas, se le facilitará otra fecha para realizar una prueba similar, tan pronto como sea posible. Se intentará evitar abusos en la repetición de exámenes, los alumnos deberán intentar realizar las pruebas en las fechas establecidas, que se comunicarán siempre con antelación. En ningún caso se dará esta oportunidad a los alumnos que falten a exámenes de forma injustificada o reiterada.

	PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE			
CICLO	GESTIÓN ADMINISTRATIVA	CURSO	19/20	Página 14 de 17

Las ausencias a pruebas se considerarán justificadas mediante documento oficial expedido por la administración competente. Nunca será válida la justificación personal o de un familiar.

- **Actividades, asistencia y actitud. Supondrán el 20%** de la nota de la evaluación.

Las actividades y actitud se calificarán con una nota entre 0 y 10, con dos decimales.

Los trabajos entregados fuera del plazo establecido por el profesor no serán valorados y supondrán una nota de un 0,00 a todos los efectos.

Únicamente se permitirá la entrega de trabajos fuera de plazo el día de reincorporación al centro tras una falta debidamente justificada.

Los trabajos que no cumplan las formas establecidas por el profesor no serán valorados y supondrán una nota de un 0,00 a todos los efectos.

El profesor podrá, atendiendo a la actitud del alumno en clase, la colaboración con los compañeros, la responsabilidad, la puntualidad en la entrega de trabajos y en la asistencia a clase, aumentar o disminuir la nota de este apartado, hasta el máximo establecido en el mismo del 20% de la nota.

Se considera contenido mínimo del módulo una actitud profesional adecuada por parte del alumno, con comportamiento educado y respetuoso hacia los compañeros, los profesores y el instituto y con actitud proactiva hacia el aprendizaje.




La nota de cada evaluación será la media ponderada de las puntuaciones obtenidas en las pruebas teórico-prácticas y los trabajos que, en su caso, se propongan.

La evaluación será superada si la nota final es igual o superior a 5,00. La nota de la evaluación es un número entero entre 0 y 10. Se redondeará la nota al entero más próximo, excepto para las notas entre 4 y 5, que se redondearán a 4. Los decimales se guardarán para mediar en la nota final del módulo.

La calificación final del módulo será la media aritmética de las notas obtenidas en cada evaluación.

Los alumnos que no aprueben alguna de las evaluaciones, podrán superar las partes pendientes en el examen final de primera convocatoria.

La evaluación del aprendizaje del alumnado será continua, lo que requiere su asistencia regular a las clases, la realización de las actividades programadas para este módulo y la realización de controles periódicos.

	PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE			
CICLO	GESTIÓN ADMINISTRATIVA	CURSO	19/20	Página 15 de 17

La pérdida de la evaluación continua se producirá en cualquier momento en el que las faltas de asistencia del alumno (justificadas o no), superen el 15/% de las horas lectivas del módulo.

En el caso de pérdida de evaluación continua, el alumno podrá superar el módulo presentándose al examen final de primera convocatoria de Junio. Si, en el momento de pérdida de la evaluación continua tuviera alguna evaluación parcial aprobada, no tendrá que examinarse de esa parte.

Se establece además un examen final de segunda convocatoria de Junio.

Los exámenes de primera convocatoria final y de segunda convocatoria final, constarán de dos partes:

- Una prueba de contenidos mínimos, que supone el 30% de la nota y que debe superarse con el 100% de las respuestas correctas.
- Una prueba de todos los contenidos del módulo, que supone el 70% de la nota y a la que se accederá únicamente tras haber superado la prueba de contenidos mínimos.

Las pruebas se califican con una nota entre 0 y 10, con dos decimales.




La nota se redondea al entero más próximo excepto en el caso de nota entre 4 y 5, que redondea al 4. Se supera la evaluación con una nota igual o superior a 5.

F. Actividades de recuperación para los alumnos pendientes

En el presente curso académico no hay alumnos en estas circunstancias.

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

- **Manual recomendado** Comunicación empresarial y atención al cliente de la editorial Mc Graw Hill.
- **Ordenadores:** El aula dispone de ordenadores para poder utilizar en el desarrollo de trabajos. Todos tienen acceso a Internet mediante línea ADSL
- **Apuntes y actividades complementarias** suministradas por la profesora.
- **Proyector**
- **Correo electrónico**

	PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE			
CICLO	GESTIÓN ADMINISTRATIVA	CURSO	19/20	Página 16 de 17

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 caso de ausencia del profesor, si la ausencia del profesor es programada, éste se encargará de dejar al profesor de guardia las actividades a realizar por los alumnos. Si la ausencia del profesor es sobrevenida, éste enviará a los alumnos, a través de medios electrónicos, los trabajos a realizar.

En el supuesto que el profesor no pueda dejar o enviar tareas, en la carpeta virtual de contingencias del departamento, existen actividades programadas para esta circunstancia.

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.

K. Información sobre el módulo para facilitar al alumnado

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

	PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE			
CICLO	GESTIÓN ADMINISTRATIVA	CURSO	19/20	Página 17 de 17

- 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