



I.E.S. Núm. 1 “Universidad Laboral”. Málaga
Departamento de la Familia de
Administración

Programación didáctica de Comunicación empresarial y atención al cliente

1º de Gestión Administrativa.

Manuel Santana García

Curso 2019/20



Índice

1	Introducción	3
2	Objetivos generales del título.....	3
3	Competencia general.....	5
4	Entorno profesional.....	5
5	Perfil profesional	5
6	Competencias profesionales, personales y sociales asociadas al título.	6
7	Contenidos, criterios de evaluación y orientaciones pedagógicas por unidad didáctica.....	7
8	Distribución temporal	42
9	Procedimientos y criterios de evaluación comunes para las enseñanzas de formación profesional inicial reflejados en el proyecto educativo del centro. ¡Error! Marcador no definido.	
10	Competencias profesionales, personales y sociales asociadas al módulo	42
11	Contenidos de carácter transversal	43
12	Metodología	43
	12.2 Actividades de enseñanza aprendizaje.....	44
13	Procedimientos de evaluación y criterios de calificación	45
	13.1 Tipos de evaluación	45
	13.2 Criterios de evaluación	46
	13.3 Procedimiento de evaluación.....	46
	13.4 Instrumentos de evaluación	46
	13.5 Criterios de calificación	47
14	Período de recuperación.....	49
15	Atención a la diversidad.....	49
16	Materiales y recursos didácticos.....	50
17	Actividades complementarias y extraescolares	50
18	Procedimiento para el seguimiento de las programaciones didácticas.....	50



COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE.

CÓDIGO: 0442

1 Introducción

La programación del presente módulo profesional, Comunicación empresarial y atención al cliente (160h) pertenece al Ciclo Formativo de Grado Medio de Gestión administrativa, de 2000 horas de duración, correspondiente a la familia profesional de Administración y Gestión y queda regulado por:

- Real Decreto 1631/2009, de 30 de octubre por el que se establece el Título de Técnico en Gestión Administrativa y las correspondientes enseñanzas mínimas.
- Orden de 21 de febrero de 2011, por la que se desarrolla el currículo del Título de Técnico en Gestión Administrativa.

En esta programación, se parte de la evaluación inicial donde se observa que los alumnos matriculados este curso en el módulo profesional no tienen conocimientos sólidos en gestión administrativa, aunque sí presentan numerosos conocimientos e ideas sobre los que poder construir su aprendizaje.

2 Objetivos generales del título

- a) Analizar el flujo de información y la tipología y finalidad de los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa, para tramitarlos.
- b) Analizar los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa, reconociendo su estructura, elementos y características para elaborarlos.
- c) Identificar y seleccionar las expresiones en lengua inglesa, propias de la empresa, para elaborar documentos y comunicaciones.
- d) 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.
- e) 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.
- f) 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.



- g) Interpretar la normativa y metodología contable, analizando la problemática contable que puede darse en una empresa, así como la documentación asociada para su registro.
- h) Introducir asientos contables manualmente y en aplicaciones informáticas específicas, siguiendo la normativa en vigor para registrar contablemente la documentación.
- i) Comparar y evaluar los elementos que intervienen en la gestión de la tesorería, los productos y servicios financieros básicos y los documentos relacionados con los mismos, comprobando las necesidades de liquidez y financiación de la empresa para realizar las gestiones administrativas relacionadas.
- j) Efectuar cálculos básicos de productos y servicios financieros, empleando principios de matemática financiera elemental para realizar las gestiones administrativas de tesorería.
- k) Reconocer la normativa legal aplicable, las técnicas de gestión asociadas y las funciones del departamento de recursos humanos, analizando la problemática laboral que puede darse en una empresa y la documentación relacionada para realizar la gestión administrativa de los recursos humanos.
- l) Identificar y preparar la documentación relevante así como las actuaciones que se deben desarrollar, interpretando la política de la empresa para efectuar las gestiones administrativas de las áreas de selección y formación de los recursos humanos.
- m) Cumplimentar documentación y preparar informes consultando la normativa en vigor y las vías de acceso (Internet, oficinas de atención al público) a la Administración Pública y empleando, en su caso, aplicaciones informáticas ad hoc para prestar apoyo administrativo en el área de gestión laboral de la empresa.
- n) Seleccionar datos y cumplimentar documentos derivados del área comercial, interpretando normas mercantiles y fiscales para realizar las gestiones administrativas correspondientes.
- o) 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.
- p) Identificar las normas de calidad y seguridad y de prevención de riesgos laborales y ambientales, reconociendo los factores de riesgo y parámetros de calidad para aplicar los protocolos correspondientes en el desarrollo del trabajo.
- q) Reconocer las principales aplicaciones informáticas de gestión para su uso asiduo en el desempeño de la actividad administrativa.
- r) Valorar las actividades de trabajo en un proceso productivo, identificando su aportación al proceso global para conseguir los objetivos de la producción.



- s) Valorar la diversidad de opiniones como fuente de enriquecimiento, reconociendo otras prácticas, ideas o creencias, para resolver problemas y tomar decisiones.
- t) Reconocer e identificar posibilidades de mejora profesional, recabando información y adquiriendo conocimientos para la innovación y actualización en el ámbito de su trabajo.
- u) Reconocer sus derechos y deberes como agente activo en la sociedad, analizando el marco legal que regula las condiciones sociales y laborales para participar como ciudadano democrático.
- v) Reconocer e identificar las posibilidades de negocio, analizando el mercado y estudiando la viabilidad empresarial para la generación de su propio empleo.

3 Competencia general

La competencia general de este título consiste en realizar actividades de apoyo administrativo en el ámbito laboral, contable, comercial, financiero y fiscal, así como de atención al cliente/usuario, tanto en empresas públicas como privadas, aplicando la normativa vigente y protocolos de calidad, asegurando la satisfacción del cliente y actuando según normas de prevención de riesgos laborales y protección ambiental.

4 Entorno profesional

Este profesional ejerce su actividad tanto en grandes como en medianas y pequeñas empresas, en cualquier sector de actividad, y particularmente en el sector servicios, así como en las administraciones públicas, ofreciendo apoyo administrativo en las tareas de administración y gestión de dichas empresas e instituciones y prestando atención a los clientes y ciudadanos.

5 Perfil profesional

El perfil profesional del título de Técnico en Gestión Administrativa queda determinado por su competencia general, sus competencias profesionales, personales y sociales, y por la relación de cualificaciones y, en su caso, unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales incluidas en el título.



6 Competencias profesionales, personales y sociales asociadas al título.

Las competencias profesionales, personales y sociales de este título son las que se relacionan a continuación:

- a) Tramitar documentos o comunicaciones internas o externas en los circuitos de información de la empresa.
- b) Elaborar documentos y comunicaciones a partir de órdenes recibidas o información obtenida.
- c) Clasificar, registrar y archivar comunicaciones y documentos según las técnicas apropiadas y los parámetros establecidos en la empresa
- d) Registrar contablemente la documentación soporte correspondiente a la operativa de la empresa en condiciones de seguridad y calidad.
- e) Realizar gestiones administrativas de tesorería, siguiendo las normas y protocolos establecidos por la gerencia con el fin de mantener la liquidez de la organización.
- f) Efectuar las gestiones administrativas de las áreas de selección y formación de los recursos humanos de la empresa, ajustándose a la normativa vigente y a la política empresarial, bajo la supervisión del responsable superior del departamento.
- g) Prestar apoyo administrativo en el área de gestión laboral de la empresa ajustándose a la normativa vigente y bajo la supervisión del responsable superior del departamento.
- h) Realizar las gestiones administrativas de la actividad comercial registrando la documentación soporte correspondiente a determinadas obligaciones fiscales derivadas.
- i) Desempeñar las actividades de atención al cliente/usuario en el ámbito administrativo y comercial asegurando los niveles de calidad establecidos y relacionados con la imagen de la empresa /institución
- j) Aplicar los protocolos de seguridad laboral y ambiental, higiene y calidad durante todo el proceso productivo, para evitar daños en las personas y en el ambiente.
- k) Cumplir con los objetivos de la producción, actuando conforme a los principios de responsabilidad y manteniendo unas relaciones profesionales adecuadas con los miembros del equipo de trabajo.



- l) Resolver problemas y tomar decisiones individuales siguiendo las normas y procedimientos establecidos, definidos dentro del ámbito de su competencia.
- m) Mantener el espíritu de innovación, de mejora de los procesos de producción y de actualización de conocimientos en el ámbito de su trabajo.
- n) Ejercer sus derechos y cumplir con las obligaciones derivadas de las relaciones laborales, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente.
- o) Detectar y analizar oportunidades de empleo y autoempleo desarrollando una cultura emprendedora y adaptándose a diferentes puestos de trabajo y nuevas situaciones.
- p) Participar de forma activa en la vida económica, social y cultural, con una actitud crítica y responsable.
- q) Participar en las actividades de la empresa con respeto y actitudes de tolerancia.
- r) Adaptarse a diferentes puestos de trabajo y nuevas situaciones laborales, originados por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos.
- s) Participar en el trabajo en equipo respetando la jerarquía definida en la organización.

7 Contenidos, criterios de evaluación y orientaciones pedagógicas por unidad didáctica.

UNIDAD 1. LA EMPRESA Y SU ENTORNO

1. Resultados de aprendizaje

- Sabe distinguir entre empresa y empresario.
- Reconoce cuales son los fines que persigue una empresa.
- Sabe identificar los elementos de una empresa, su clasificación y que forma parte de los mismos.
- Conoce las clases de empresas por su actividad, por el número de trabajadores y volumen en la facturación.
- Sabe reconocer los distintos tipos tipo de organización empresarial.



- Identifica los departamentos que son representados en un organigrama.
- Distingue la organización funcional de la jerárquica.
- Identifica las funciones realizadas por los departamentos de una organización empresarial.
- Conoce el concepto organigrama.
- Identifica las diferentes fases que componen la relación interdepartamental.

2. Criterios de evaluación

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

3. Contenidos

A. Conocimientos

- Empresa y empresario.
 - Empresario.
- Concepto de empresa.
 - Fines de la empresa.
 - Elementos de la empresa.



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

B. Habilidades y destrezas

- Distinguir las comunicaciones internas y externas y los flujos de información dentro de la empresa.
- Identificar los conceptos de imagen y cultura de la empresa.
- Diferenciar los distintos tipos de organizaciones empresariales y sus características más importantes.
- Reconocer cómo se organizan una empresa y sus distintos departamentos.

5. Orientaciones pedagógicas

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar las funciones relacionadas con:

- Los trámites necesarios para la creación de una empresa (en especial una SLNE)



- Los fines y objetivos perseguidos por una empresa.
- Las acciones necesarias para crear los departamentos en los que debe estructurar una empresa.
- La aplicación de los principios de organización empresarial.
- La creación y representación de la organización empresarial.
- La asignación de tareas a los distintos departamentos.
- Los principios que rigen las relaciones interdepartamentales.

UNIDAD 2. COMUNICACIÓN EMPRESARIAL

1. Resultados de aprendizaje

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

2. Criterios de evaluación

- Se ha descrito la finalidad y objetivo de la comunicación.



- Se han diferenciado los componentes que forman parte de todo proceso comunicativo.
- Se han identificado los objetivos perseguidos por la retroalimentación en los procesos comunicativos (Feed-back)
- Se ha determinado la clasificación de las comunicaciones.
- Se han realizado comunicaciones expresivas, funcionales y retroalimentarías.
- Se han identificado las diferencias entre comunicación intrapersonal y comunicación interpersonal.
- Se han descrito los objetivos perseguidos por un proceso comunicativo.
- Se han detectado las barreras comunicativas entre el emisor y el receptor.
- Se ha identificado la importancia del uso correcto de las palabras y su significado, dependiendo a quien nos dirijamos.
- Se ha reconocido la importancia de tratar correctamente a los responsables de otras empresas que visitan nuestra empresa.
- Se han utilizado correctamente los tratamientos más habituales en el mundo empresarial.
- Se han diferenciado las relaciones laborales con conflictos y sin conflictos.
- Se han utilizado comunicaciones individuales y colectivas.
- Se han diferenciado las distintas comunicaciones de carácter institucional.
- Se han reconocido las condiciones que debe reunir toda comunicación formal.
- Se ha identificado y diferenciado el rumor de la comunicación foral.

3. Contenidos

A. Conocimientos

- Comunicación.
- Clasificación de las comunicaciones.
 - Según el lenguaje utilizado.
 - Según el fin que persigue el lenguaje.
 - Según el núcleo humano donde se genere.
 - Objetivos de la comunicación.
- Barreras de la comunicación.



- Comunicación, información y comportamiento.
 - Obligaciones con los trabajadores de otras empresas.
 - Tratamientos.
- Flujos de comunicación.
 - Relaciones humanas y laborales en la empresa.
 - Normas de convivencia laboral.
- La comunicación interna en la empresa: Comunicación formal e informal.
 - El tiempo transcurrido.
 - El ámbito en el que se desarrollan.
 - El número de personas que intervienen.
 - El carácter institucional.
 - Comunicación formal.
 - Comunicación informal.

B. Habilidades y destrezas

- Distinguir las comunicaciones internas y externas así como los flujos de información dentro de la empresa.
- Reconocer la necesidad de comunicación entre las personas.
- Distinguir entre comunicación e información.
- Distinguir los elementos y procesos que intervienen en la comunicación.
- Seleccionar el destinatario y el canal adecuado para cada situación.
- Determinar la mejor forma y actitud a la hora de presentar el mensaje
- Interpretar los canales adecuados de comunicación a la hora de expresar un mensaje

5. Orientaciones pedagógicas

- Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar las funciones relacionadas con la comunicación en la empresa, tales como:



- La comunicación oral sus elementos y las barreras en la comunicación.
- La importancia de las relaciones humanas en el ámbito laboral.
- Los flujos en la comunicación.
- Los procesos comunicativos internos de una empresa.
- Sería conveniente que los conceptos estudiados en el presente tema se aplicasen a las comunicaciones entre los alumnos y profesores.
- Se pueden utilizar las intervenciones del profesor/a, alumnos/as en clase y reconocer:
- Los elementos utilizados en la comunicación.
- El lenguaje verbal y no verbal.
- Cuando se ha producido una comunicación expresiva, funcional y retroalimentaría.
- Las barreras fisiológicas, físicas, administrativas y psicológicas.

UNIDAD 3. La comunicación oral

1. Resultados de aprendizaje

- Reconocida la importancia de la comunicación en el mundo Aplica los principios básicos en las comunicaciones orales.
- Diferencia las comunicaciones singulares, duales y plurales.
- Conoce los diferentes canales que un cliente tiene para ponerse en contacto con una empresa.
- Sabe cómo responder y atender cualquier reclamación presentada por un por un cliente en la oficina de atención al cliente.
- Aplica correctamente las técnicas para saber escuchar activamente.
- Utiliza de forma correcta la comunicación no verbal y cuida su imagen personal.
- Sabe qué medios y recursos son utilizados en la comunicación no verbal.
- Diferencia los distintos factores asociados al lenguaje: el tono, el volumen, la rapidez en el hablar, la pronunciación, los silencios y el ritmo o fluidez.
- Identifica las condiciones que deben producirse en todo diálogo.



- Aplica las pautas que deben estar presentes en todo discurso.
- Utiliza aquellos recursos que son necesarios, a la hora de enfrentarse a una entrevista de trabajo.
- Conoce el funcionamiento de una centralita de teléfonos en una empresa, su importancia y como sacarle el máximo partido a la misma.
- Localiza el número de teléfono de una empresa, mediante la página web de telefónica o QDQ.
- Aplica las normas para llamar y contestar correctamente al teléfono.
- Utiliza el teléfono móvil para realizar videollamadas, enviar sms y ver el correo electrónico, y navegar por Internet.
- Sabe qué medios informáticos son necesarios para realizar una videoconferencia.

2. Criterios de evaluación

- Se han identificado los principios básicos de la comunicación verbal.
- Se ha descrito la finalidad de la oficina de atención al cliente presencial y los objetivos que se persigue.
- Se han diferenciado las técnicas utilizadas en la atención una oficial de atención al cliente presencial y otra no presencial.
- Se han identificado las técnicas utilizadas en la comunicación oral y las habilidades sociales.
- Se han identificado los factores comportamentales de la comunicación oral, y la importancia de los mismos en los procesos comunicativos.
- Se han determinado la importancia de las habilidades vocales cuando nos comunicamos con otras personas.

2. Contenidos

A. Conocimientos

- Principios básicos en las comunicaciones orales.
 - Clases de comunicación oral.
- Canales de comunicación oral.
 - Oficina de atención al cliente presencial.



- Oficina de atención al cliente no presencial.
- Consejos para una correcta conversación telefónica de atención al cliente.
 - Normas de atención y comunicación oral. La imagen personal en la transmisión de la comunicación.
 - Técnicas de comunicación oral, habilidades sociales.
- Comunicación no verbal e imagen personal.
- Factores comportamentales.
- Factores asociados al lenguaje.
- La comunicación oral dentro del ámbito de la empresa.
 - El diálogo.
 - El discurso.
 - El debate.
 - La entrevista.
- La comunicación telefónica.
 - El teléfono y su uso.
 - La centralita.
 - El uso del listín telefónico.
 - Normas para hablar correctamente por teléfono.
 - Normas para contestar.
 - Normas para llamar.
 - La informática en las comunicaciones verbales.
 - El teléfono móvil.
 - El busca personas.
 - La videoconferencia.



B. Habilidades y destrezas

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

5. Orientaciones pedagógicas

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar las funciones relacionadas con la comunicación en la empresa, tales como:

- Los principios básicos en las comunicaciones orales.
- Normas de información y atención oral.
- Principios básicos en las comunicaciones orales.
- Normas de información y atención oral.
- Técnicas de comunicación oral, habilidades sociales.
- La comunicación no verbal.
- La comunicación verbal dentro del ámbito de la empresa.
- La comunicación telefónica.
- El teléfono y su uso. La centralita. Uso del listín telefónico. Normas para hablar correctamente por teléfono.
- La informática en las comunicaciones verbales.
- Comunicaciones en la recepción de visitas: acogida, identificación, gestión, despedida.

UNIDAD 4. Comunicación escrita



1. Resultados de aprendizaje

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

2. Criterios de evaluación

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



- Se han utilizado las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos o autoedición.
- Se han aplicado, en la elaboración de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).

3. Contenidos

A. Conocimientos

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



- Notificación
- Carta circular
- La solicitud
- La declaración
- El certificado

- Comunicaciones breves y de régimen interior

Saluda

Comunicado interno o memorándum.

Avisos y anuncios

Informe

Convocatoria

Acta

Certificado

- El sobre
 - Tipos de sobres
 - El código postal
 - El papel

B. Habilidades y destrezas

- Identificar dentro de la empresa las tipologías más habituales de documentos según su finalidad
- Rellenar los diferentes tipos de documentos sin cometer errores ortográficos ni de sintaxis.
- Utilizar las aplicaciones informáticas de procesamiento de texto

5. Orientaciones pedagógicas

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar las funciones relacionadas con la comunicación en la empresa, tales como:



Elaboración, confección de documentación

Recepción, tramitación y gestión de documentación.

UNIDAD 5. Servicio de correos, circulación interna y paquetería.

1. Resultados de aprendizaje

- Diferencia la circulación interna del correo entre una gran empresa con apartado de correos y el de una pequeña-mediana empresa sin él.
- Utiliza el servicio de correos para enviar los distintos tipos de documentos generados en una empresa.
- Reconoce las diferencias entre un correo ordinario y uno certificado.
- Diferencia los distintos servicios de mensajerías ofrecidas por el sector privado, y utiliza aquel que mejor se adapte al tamaño, peso y necesidades del cliente.
- Identifica los medios que ofrece la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A., para el envío de dinero.
- Determina cuando es necesario el envío de un telegrama.
- Identifica un Burofax, y cuando es necesario su utilización.
- Reconoce y utiliza las página on-line de la Sociedad Estatal de Correos y Telégrafos, S.A.
- Reconoce los servicios de paquetería internacional del sector privado, así como las prestaciones que ofrece cada uno de ellos.

2. Criterios de evaluación

- Se ha descrito la finalidad de organizar la correspondencia interna y su circulación.
- Se han diferenciado los servicios prestados por las empresas de mensajería privadas y las del sector público.
- Se han identificado los documentos y paquetes que se pueden enviar por correo normal o certificado.
- Se ha realizado una clasificación de la correspondencia urgente, atendiendo a los criterios de tipo, territorio, límite peso y seguimiento.
- Se han cumplimentado el impreso necesario para enviar dinero a cualquier persona o entidad dentro del territorio nacional o en el extranjero.



- Se ha rellenado un telegrama.
- Se han dado de alta en la oficina virtual de la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A., y se ha procedido a realizar todos los pasos (excepto el pago), para el envío de cartas y paquetería.
- Se ha realizado una clasificación de los servicios prestados por el sector privado de mensajería atendido a la clase de servicio y prestaciones.
- Se han identificado los servicios complementarios prestados por las agencias de transporte y mensajería.

3. Contenidos

A. Conocimientos

- Circulación interna del correo.
- Servicios prestados a las empresas en los circuitos de mensajería.
- Servicios del sector público.
- Servicios del sector privado.

B. Habilidades y destrezas

- Identificar los canales de transmisión de la información: correo convencional, correo electrónico, fax, mensajes cortos o similares.
- Diferenciar los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad y confidencialidad.
- Aplicar, en la elaboración y archivo de la documentación, la técnica 3R (reducir, reutilizar, reciclar).

5. Orientaciones pedagógicas

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar las funciones relacionadas con la comunicación en la empresa, tales como:

- Funcionamiento del servicio de correos, circulación interna de correspondencia y paquetería.
- Aplicación de procedimientos de seguridad y confidencialidad de la información.

En este tema, y con el objetivo de que los se familiaricen con las empresas de mensajería, se recomiendan que los mismos trabajen con documentos reales.



La opción de darse de alta en internet, en cualquier oficina virtual, es una posibilidad que se debe tener presente a la hora de realizar algún ejercicios práctico.

UNIDAD 6. La recepción, envío y registro de la correspondencia y su clasificación

1. Resultados de aprendizaje

- Diferencia la circulación interna del correo entre una gran empresa con apartado de correos y el de una pequeña-mediana empresa sin él.
- Utiliza el servicio de correos para enviar los distintos tipos de documentos generados en una empresa.
- Reconoce las diferencias entre un correo ordinario y uno certificado.
- Diferencia los distintos servicios de mensajerías ofrecidas por el sector privado, y utiliza aquel que mejor se adapte al tamaño, peso y necesidades del cliente.
- Identifica los medios que ofrece la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A., para el envío de dinero.
- Determina cuando es necesario el envío de un telegrama.
- Identifica un Burofax, y cuando es necesario su utilización.
- Reconoce y utiliza las página on-line de la Sociedad Estatal de Correos y Telégrafos, S.A.
- Reconoce los servicios de paquetería internacional del sector privado, así como las prestaciones que ofrece cada uno de ellos.
- Criterios de evaluación
- Se ha descrito la finalidad de organizar la correspondencia interna y su circulación.
- Se han diferenciado los servicios prestados por las empresas de mensajería privadas y las del sector público.
- Se han identificado los documentos y paquetes que se pueden enviar por correo normal o certificado.
- Se ha realizado una clasificación de la correspondencia urgente, atendiendo a los criterios de tipo, territorio, límite peso y seguimiento.
- Se han cumplimentado el impreso necesario para enviar dinero a cualquier persona o entidad dentro del territorio nacional o en el extranjero.
- Se ha rellenado un telegrama.



- Se han dado de alta en la oficina virtual de la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A., y se ha procedido a realizar todos los pasos (excepto el pago), para el envío de cartas y paquetería.
- Se ha realizado una clasificación de los servicios prestados por el sector privado de mensajería atendido a la clase de servicio y prestaciones.
- Se han identificado los servicios complementarios prestados por las agencias de transporte y mensajería.

2. Criterios de evaluación

- Se ha descrito la finalidad de organizar la información, clasificarla y los objetivos que se persiguen.
- Se han diferenciado entre un archivo centralizado y uno descentralizado.
- Se han identificado los soportes utilizados en el archivo y custodia de la correspondencia comercial.
- Se han identificado las partes de las que consta el rayado del libro de registro de entrada del correo.
- Se ha reconocido la importancia de llevar correctamente las anotaciones en el libro de salida de correspondencia.
- Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiados al tipo de documentos.
- Se han realizado ejercicios de filtración de correos electrónicos.
- Se han aplicado las normas de clasificación alfabética, a la documentación que se puede generar y recibir en el intercambio de la correspondencia comercial entre empresas o entre empresas e instituciones públicas.
- Se han reconocido los procedimientos de la clasificación de la información y documentación y se han detectado los errores que pudieran producirse en él.
- Se han detectado los errores e inconvenientes que pueden tener alguno de los sistemas empleados en la clasificación de la información y documentación.
- Se ha elegido el sistema de clasificación principal, y su auxiliar, teniendo presente el volumen de documentación a almacenar, y el número de personas que pueden tener acceso a él.



4. Contenidos

A. Conocimientos

- El tratamiento del correo.
- Recepción del correo.
- Libro de registro de entrada del correo.
- Salida de correspondencia.
 - Libro registro de salida de correspondencia.
 - Libro de registro de entrada de fax.
 - Libro de registro de salida de fax.
- Clasificación y ordenación de documentos.
 - Clasificación alfabética.
 - Clasificación geográfica.
 - Clasificación por materias.
 - Clasificación cronológica.
 - Clasificación decimal.
 - Clasificación decimal universal.
- Normas de clasificación, Ventajas e inconvenientes.
 - Normas de clasificación alfabética.
 - Nombres de personas.
 - Empresas.
 - Normas de clasificación geográfica.
 - Normas de clasificación por materias.
 - Normas de clasificación cronológica.
 - Normas de clasificación decimal.



B. Habilidades y destrezas

- Complimentar los libros de registro de entrada y salida de la correspondencia y paquetería en soporte informático y convencional.
- Diferenciar las técnicas de organización de la información que se pueden aplicar en una empresa o institución, así como los procedimientos habituales de registro, clasificación y distribución de la información.
- Determinar el sistema de clasificación, registro y archivo apropiados al tipo de documentos que se tenga..

5. Orientaciones pedagógicas

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar las funciones relacionadas con la comunicación en la empresa, tales como:

- Clasificación y ordenación de documentos.
- Normas de clasificación. Ventajas e inconvenientes.
- Recepción, envío y registro de la correspondencia.

La utilización de algún software libre, relacionado con la recepción y envío de correspondencia nos permitirá tener más motivado e interesados a los/las alumnos/as por el presente tema.

UNIDAD 7. Archivo de la información en soporte papel

1. Resultados de aprendizaje

- Archiva información en soporte papel e informático, reconociendo los criterios de eficiencia y ahorro en los trámites administrativos.
- Especifica la finalidad de organizar la información y los objetivos que se persiguen.
- Diferencia las técnicas de organización de información que se pueden aplicar en una empresa o institución así como los procedimientos habituales de registro, clasificación y distribución de la información en las organizaciones.
- Identifica los soportes de archivo y registro y las prestaciones de las aplicaciones informáticas específicas más utilizadas en función de las características de la información a almacenar.
- Determina el sistema de clasificación, registro y archivo apropiados al tipo de documentos.



- Aplica las técnicas de archivo en los intercambios de información telemática (intranet, extranet, correo electrónico).
- Reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación y detectado los errores que pudieran producirse en él.
- Aplica, en la elaboración y archivo de la documentación, las técnicas 3R

2. Criterios de evaluación

- Se ha descrito la finalidad de organizar la información y los objetivos que se persiguen.
- Se han diferenciado las técnicas de organización de información que se pueden aplicar en una empresa o institución, así como los procedimientos habituales de registro, clasificación y distribución de la información en las organizaciones.
- Se han identificado los soportes de archivo y registro y las prestaciones de las aplicaciones informáticas específicas más utilizadas en función de las características de la información a almacenar.
- Se han identificado las principales bases de datos de las organizaciones, su estructura y funciones
- Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiados al tipo de documentos.
- Se han realizado árboles de archivos informáticos para ordenar la documentación digital.
- Se han aplicado las técnicas de archivo en los intercambios de información telemática (intranet, extranet, correo electrónico).
- Se han reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación y detectado los errores que pudieran producirse en él.
- Se han respetado los niveles de protección, seguridad y acceso a la información, así como la normativa vigente tanto en documentos físicos como en bases de datos informáticas.
- Se han aplicado, en la elaboración y archivo de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).



3. Contenidos

A. Conocimientos

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

B. Habilidades y destrezas

- Describir la finalidad de organizar la información.
- Diferenciar las técnicas de organización de la información que se pueden aplicar en una empresa o institución.



- Identificar los soportes de archivo y registro y las prestaciones de las aplicaciones informáticas específicas más utilizadas.
- Determinar los sistemas de clasificación, registro y archivo apropiados al tipo de documentos que se posean.
- -Reconocer los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación..

Orientaciones pedagógicas

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar las funciones relacionadas con la comunicación en la empresa, tales como:

Registro y archivo de documentación.

Recepción, tramitación y gestión de documentación.

UNIDAD 8. Archivo de la información en soporte informático

1. Resultados de aprendizaje

- Archiva información en soporte papel e informático, reconociendo los criterios de eficiencia y ahorro en los trámites administrativos
- Conoce los diferentes medios que disponen las empresas en sus comunicaciones a través de la informática.
- Crea e identifica las cuenta de correo electrónico.
- Sabe qué es la firma digital.
- Conoce el DNI electrónico como medio físico para firmar digitalmente documentos electrónicos, otorgando una validez jurídica equivalente a la que proporciona la firma manuscrita.
- Sabe de qué medios y posibilidades dispone el personal de empresa para trabajar desde cualquier lugar, fuera de su oficina.
- Diferencia las técnicas de organización de información que se pueden aplicar en una empresa o institución así como los procedimientos habituales de registro, clasificación y distribución de la información en las organizaciones
- Identifica los soportes de archivo y registro y las prestaciones de las aplicaciones informáticas específicas más utilizadas en función de las características de la información a almacenar
- Identifica las principales bases de datos de las organizaciones, su estructura y funciones



- Realiza árboles de archivos informáticos para ordenar la documentación digital.
- Aplica en la elaboración y archivo de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).

2. Criterios de evaluación

- Se ha descrito la finalidad de organizar la información y los objetivos que se persiguen.
- Se han diferenciado las técnicas de organización de información que se pueden aplicar en una empresa o institución, así como los procedimientos habituales de registro, clasificación y distribución de la información en las organizaciones.
- Se han identificado los soportes de archivo y registro y las prestaciones de las aplicaciones informáticas específicas más utilizadas en función de las características de la información a almacenar.
- Se han identificado las principales bases de datos de las organizaciones, su estructura y funciones
- Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiados al tipo de documentos.
- Se han realizado árboles de archivos informáticos para ordenar la documentación digital.
- Se han aplicado las técnicas de archivo en los intercambios de información telemática (intranet, extranet, correo electrónico).
- Se han reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación y detectado los errores que pudieran producirse en él.
- Se han respetado los niveles de protección, seguridad y acceso a la información, así como la normativa vigente tanto en documentos físicos como en bases de datos informáticas.
- Se han aplicado, en la elaboración y archivo de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).

1. Contenidos

A. Conocimientos

- Medios y equipos ofimáticos y telemáticos



- Tratamiento de datos
- La ofimática
- Medios convencionales para plasmar datos
- Equipos de gestión empresarial
- La telemática
- Correo electrónico (e-mail)
- Equipos de comunicación sin cable
- La firma digital
- DNI electrónico
- La oficina móvil
- Las bases de datos para el tratamiento de la información
- Estructura y funciones de una base de datos
- Estructura
- Funciones de las Bases de datos.
- Procedimientos de protección de datos.
- Archivos y carpetas
- Carpetas

B. Habilidades y destrezas

- Diferenciar las técnicas de organización de la información que se pueden aplicar en una empresa, así como los procedimientos habituales de registro, clasificación y distribución de la información en las organizaciones.
- Identificar los soportes de archivo y registro y las prestaciones de las aplicaciones informáticas más utilizadas en función de las características de la información a almacenar.



- Identificar las principales bases de datos de las organizaciones, su estructura y funciones.
- Realizar árboles de archivos informáticos para ordenar la documentación digital

5. Orientaciones pedagógicas

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar las funciones relacionadas con la comunicación en la empresa, tales como:

Registro y archivo de documentación en soporte informático.

UNIDAD 9. Reconocimiento De las necesidades de los clientes

1. Resultado de aprendizaje

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



- Identifica los tres niveles de oficinas existentes en la atención al ciudadano.

2. Criterios de evaluación

- Se han desarrollado técnicas de comunicación y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente en situaciones de atención/asesoramiento al mismo.
- Se han identificado las fases que componen el proceso de atención al cliente/consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación.
- Se han reconocido los errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente.
- Se ha identificado el comportamiento del cliente.
- Se han analizado las motivaciones de compra o demanda de un servicio del cliente.
- Se ha obtenido, en su caso, la información histórica del cliente.
- Se ha adaptado adecuadamente la actitud y discurso a la situación de la que se parte.
- Se ha observado la forma y actitud adecuadas en la atención y asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado.
- Se han distinguido las distintas etapas de un proceso comunicativo.

2. Contenidos

A. Conocimientos

- Concepto de cliente.
- Clasificación de los clientes:
 - Cliente interno
 - Cliente externo
- El conocimiento del cliente y sus motivaciones
- Diferentes clases de clientes.
- Elementos de la atención al cliente: entorno, organización y empleados.



- Fases de la atención al cliente: la acogida, el seguimiento, la gestión y la despedida
- Oficina de Atención al cliente presencial.
- Oficina de Atención al cliente no presencial:
- Fases de la atención al cliente: la acogida, el seguimiento, la gestión y la despedida
- Oficinas Integradas de Atención al Ciudadano
- Funciones de las Oficinas Integradas de Atención al Ciudadano
- Clasificación de las Oficinas de Atención al Ciudadano

B. Habilidades y destrezas

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



- Identificar los tres niveles de oficinas existentes en la atención al ciudadano.

5. Orientaciones pedagógicas

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar las funciones relacionadas con la comunicación en la empresa, tales como:

La aplicación de técnicas de comunicación adecuadas a la situación de atención /asesoramiento al cliente

UNIDAD 10. Atención de consultas, quejas y reclamaciones

1. Resultado de aprendizaje

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

2. Criterios de evaluación

- Se han descrito las funciones del departamento de atención al cliente en empresas.
- Se ha interpretado la comunicación recibida por parte del cliente.
- Se han identificado los elementos de la queja/reclamación.



- Se han reconocido las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/reclamaciones.
- Se ha identificado y localizado la información que hay que suministrar al cliente.
- Se han utilizado los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones.
- Se ha cumplimentado, en su caso, un escrito de respuesta utilizando medios electrónicos u otros canales de comunicación.
- Se ha reconocido la importancia de la protección del consumidor.
- Se ha identificado la normativa en materia de consumo.
 - Se han diferenciado los tipos de demanda o reclamación.

3. Contenidos

A. Conocimientos

- El Departamento de atención al cliente. Concepto
- Principales funciones del departamento de atención al cliente.
- El personal del Servicio de Atención al Cliente.
- Valoración del cliente de la atención recibida: reclamación, queja, sugerencias, felicitación.
- Elementos de una queja o reclamación
- Elementos de una queja o reclamación en la empresa privada.
- Elementos que intervienen en una reclamación cuando el actuante es una comunidad autónoma o ciudad autónoma.
- Fases de la resolución de una reclamación
- El consumidor
- Instituciones de consumo en la AGE
- Instituciones de consumo en las Comunidades autónomas.
- Instituciones de consumo en las Entidades Locales
- Juntas arbitrales
- Instituciones de consumo en Europa
- Asociaciones de consumidores y usuarios.
- Normativa en materia de consumo
- Procedimiento de recogida de reclamaciones y denuncias



- Tramitación y gestión de las reclamaciones.
- Tramitación y gestión de las denuncias.

B. Habilidades y destrezas

- Identificar una reclamación, una queja, una sugerencia y una felicitación.
- Conocer qué es un departamento de atención al cliente y sus funciones.
- Aprender el concepto de consumidor.
- Conocer los derechos de los consumidores.
- Identificar los elementos que componen una reclamación o una queja.
- Distinguir las diferentes fases de la resolución de un queja o reclamación.
- Identificar las diversas instituciones de consumo, nacionales y europeas.
- Conocer el concepto de denuncia en el campo del consumo.
- Identificar las diferentes fases que componen la tramitación y gestión
- Valorar la importancia de todas las fases de atención al cliente.

5. Orientaciones pedagógicas

- Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar las funciones relacionadas con la comunicación en la empresa, tales como:
- La aplicación de técnicas de comunicación adecuadas a la situación de atención /asesoramiento al cliente Atención al cliente/usuario.
- La realización de las gestiones pertinentes con los departamentos afectados para consultas, reclamaciones y atención postventa.
- La tramitación de las reclamaciones y denuncias.
- La aplicación de los estándares de la calidad en la prestación del servicio
- Módulo teórico que puede resultar tedioso para el alumnado que curse este Grado medio. Se propone hacerlo lo más práctico posible. Valdría como ejemplo el establecimiento de una queja, reclamación, sugerencia y felicitación a una empresa, teniendo como causas un mismo motivo.

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

1. Resultado de aprendizaje



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

2. Criterios de evaluación

- Se han identificado los factores que influyen en la prestación del servicio al cliente.
- Se han descrito las fases del procedimiento de relación con los clientes.
- Se han descrito los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio.
- Se ha valorado la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos.
- Se han detectado los errores producidos en la prestación del servicio.
- Se ha aplicado el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas
- Se ha explicado el significado e importancia del servicio post-venta en los procesos comerciales.
- Se han definido las variables constitutivas del servicio post-venta y su relación con la fidelización del cliente.
- Se han identificado las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio post-venta.
- Se han descrito los métodos más utilizados habitualmente.



- La adaptación de los criterios y los procedimientos de evaluación cuando el ciclo formativo vaya a ser cursado por alumnado con necesidades educativas especiales o con algún tipo de discapacidad que lo precisen, teniendo en cuenta los informes de evaluación psicopedagógica

3. Contenidos

A. Conocimientos

- La calidad de servicio como elemento de la competitividad de la empresa. La calidad total.
- Tratamiento de anomalías producidas en la prestación del servicio.
- Procedimientos del control de servicio.
- Evaluación y control del servicio.
 - Evaluaciones internas.
 - Evaluaciones externas.
- Fidelización del cliente.
 - Ventajas de la fidelización.
 - Instrumentos de fidelización.

B. Habilidades y destrezas

- Identificar los factores que influyen en la prestación del servicio al cliente.
- Conocer los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio.
- Detectar los errores producidos en la prestación del servicio.
- Aplicar el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas.

5. Orientaciones pedagógicas

- Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar las funciones relacionadas con la comunicación en la empresa, tales como:
- La calidad de servicio como elemento de la competitividad de la empresa.
- Tratamiento de anomalías producidas en la prestación del servicio.
- Procedimientos de control del servicio.
- Evaluación y control del servicio.
- La fidelización del cliente.
- La aplicación de los estándares de la calidad en la prestación del servicio.



UNIDAD 12. Potenciación de la imagen de la empresa

1. Resultados de aprendizaje

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

2. Criterios de evaluación

- Se ha identificado el concepto de marketing.
- Se han reconocido las funciones principales del marketing.
- Se ha valorado la importancia del departamento de marketing.



- Se han diferenciado los elementos y herramientas básicos que componen el marketing.
- Se ha valorado la importancia de la imagen corporativa para conseguir los objetivos de la empresa.
- Se ha valorado la importancia de las relaciones públicas y la atención al cliente para la imagen de la empresa.
- Se ha identificado la fidelización del cliente como un objetivo prioritario del marketing.
- Se han identificado los factores que influyen en la prestación del servicio al cliente.

3. Contenidos

A. Conocimientos

- El marketing en la actividad económica: su influencia en la imagen de la empresa.

- Conceptos básicos en marketing.

- Fundamentos de marketing en la economía de mercado.

- Marketing e imagen de empresa.

- La publicidad.

- Tipos de publicidad.

- Regulación de la publicidad.

- El lenguaje publicitario.

- La publicidad audiovisual.

- Relaciones públicas.

- Imagen corporativa.

B. Habilidades y destrezas

- Identificar el concepto de marketing.
- Reconocer las principales funciones del marketing.



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

5. Orientaciones pedagógicas

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar las funciones relacionadas con la comunicación en la empresa, tales como:

- La aplicación de las técnicas de marketing como medio de potenciación de la imagen de la empresa.
- El marketing en la actividad económica: su influencia en la imagen de la empresa.
- Naturaleza y alcance del marketing.
- Políticas de comunicación.
- La publicidad: concepto, principios y objetivos.
- Las relaciones públicas.
- La responsabilidad social corporativa.

—



8 Distribución temporal

UNIDADES DIDACTICAS	PRIMER TRIMESTRE	SEGUNDO TRIMESTRE	TERCER TRIMESTRE
	1, 2 , 3 y 4	5, 6 y 7	8 y 9

9 Competencias profesionales, personales y sociales asociadas al módulo

- a) Efectuar las gestiones administrativas de las áreas de selección y formación de los recursos humanos de la empresa, ajustándose a la normativa vigente y a la política empresarial, bajo la supervisión del responsable superior del departamento.
- b) Prestar apoyo administrativo en el área de gestión laboral de la empresa ajustándose a la normativa vigente y bajo la supervisión del responsable superior del departamento.
- c) Aplicar los protocolos de seguridad laboral y ambiental, higiene y calidad durante todo el proceso productivo, para evitar daños en las personas y en el ambiente.
- d) Cumplir con los objetivos de la producción, actuando conforme a los principios de responsabilidad y manteniendo unas relaciones profesionales adecuadas con los miembros del equipo de trabajo.
- e) Tramitar documentos o comunicaciones internas o externas en los circuitos de información de la empresa.
- f) Elaborar documentos y comunicaciones a partir de órdenes recibidas o información obtenida.
- g) Resolver problemas y tomar decisiones individuales siguiendo las normas y procedimientos establecidos, definidos dentro del ámbito de su competencia.
- h) Mantener el espíritu de innovación, de mejora de los procesos de producción y de actualización de conocimientos en el ámbito de su trabajo.



- i) Participar de forma activa en la vida económica, social y cultural, con una actitud crítica y responsable.

10 Contenidos de carácter transversal

De acuerdo con el apartado c) del Proyecto Educativo de Centro se incluirán en el desarrollo diario de las clases los contenidos de carácter transversal siguientes:

- La educación moral y cívica.
- La educación del consumidor.
- La educación para la convivencia.
- La educación para la igualdad de género y la social.
- La educación ambiental y del consumidor.
- La defensa de la cultura andaluza.

11 Metodología

La metodología didáctica hace referencia al conjunto de decisiones que se han de tomar para orientar el desarrollo en el aula de los procesos de enseñanza y aprendizaje.

Al analizar la metodología didáctica existen dos dimensiones de la misma que conviene clarificar: las estrategias didácticas y las actividades. Las estrategias didácticas hacen referencia al tipo de actividades que se desarrollan en el aula y al modo de organizarlas o secuenciarlas, en tanto que las actividades propiamente dichas hacen referencia a las tareas realizadas por los alumnos con la finalidad de adquirir determinadas competencias.

12.1 Estrategias didácticas

Como ya se ha señalado, la elección de estrategias didácticas deberá estar orientada en todo momento por el tipo y el grado de las competencias que se pretenden conseguir, variando en función de que estas sean de carácter conceptual, procedimental o actitudinal. En concreto se utilizarán las siguientes estrategias:

- Clases expositivas.
- Realización de supuestos prácticos.
- Clases prácticas utilizando el aula de informática.
- Trabajos.



12.2 Actividades de enseñanza aprendizaje

Las actividades didácticas permiten desarrollar las diferentes estrategias didácticas propuestas. La metodología didáctica vendrá determinada por el tipo de actividades desarrolladas y su secuencia a lo largo del proceso de enseñanza aprendizaje. Con respecto a esta última se distinguirán tres momentos o fases diferenciadas. En primer lugar, las actividades de iniciación, orientadas a explicar las concepciones del alumnado y a propiciar la motivación por el tema objeto de estudio. A continuación, las actividades de desarrollo, orientadas a la construcción del aprendizaje significativo de los contenidos que estructuran el tema, y por último, las actividades de finales que tendrán por objeto la elaboración de síntesis y la evaluación sumativa de la unidad.

Las actividades de enseñanza aprendizaje que deben realizar los alumnos aparecen recogidas en cada unidad didáctica del libro de texto.

El aprendizaje debe basarse en el saber hacer y está organizado en torno a unos ejercicios y supuestos prácticos a lo largo de todo el curso.

La metodología didáctica de la formación profesional específica favorece en el alumnado la capacidad de **autoaprendizaje y el trabajo en equipo**.

Se recomienda enfrentar a los alumnos y alumnas con la simulación de casos prácticos sobre procesos de trabajo lo más cercano posible a la realidad económica, con un grado creciente de dificultad.

Se debe fomentar en todo momento la participación activa del alumnado mediante la realización de trabajos de investigación, participación en debates, expresión de las propias opiniones.

Se propone una metodología basada en breves exposiciones teóricas acerca de técnicas y procedimientos fundamentales, seguidas de supuestos prácticos. Se pretende que los alumnos y alumnas sean capaces de utilizar las herramientas de consulta y aprendizaje necesarias.

En este sentido, el alumno y la alumna deben acostumbrarse a obtener información de distintos manuales de referencia y medios de comunicación y a realizar trabajos de campo.

Se seguirá una metodología **activa y participativa**, que facilite la interacción, fomente la responsabilidad sobre el aprendizaje, asegure la motivación, favorezca la modificación o adquisición de nuevas actitudes, posibilite el desarrollo de habilidades y potencie la evaluación como un proceso de retroalimentación continua.

Los materiales y documentos utilizados deberán encontrarse actualizados y deben ser apropiados al nivel de comprensión del ciclo formativo que nos ocupa.



12 Procedimientos de evaluación y criterios de calificación

La evaluación será global y continua.

Atendiendo al proyecto educativo del centro tendremos en cuenta los siguientes criterios que se concretan y adaptan al contexto del centro docente.

12.1 Tipos de evaluación

La evaluación se concretará en un conjunto de acciones planificadas en diversos momentos del proceso formativo, lo que permite referirse a la evaluación, según el momento en el que se produzca, con los términos de inicial o diagnóstica, continua o formativa y final o sumativa; proporcionando en cada caso la información pertinente en el desarrollo de dicho proceso.

Evaluación inicial o diagnóstica

Proporciona información sobre la situación de partida de los alumnos al iniciar el ciclo formativo, con la finalidad de orientar la intervención educativa del modo más apropiado y así poder programar de forma más detallada.

La evaluación inicial se realizará al comenzar el ciclo formativo y aporta información para que el profesorado pueda tomar decisiones respecto al nivel de profundidad con el que se habrán de desarrollar los contenidos y las estrategias de aprendizaje a plantear en cada caso.

Evaluación formativa

Se realiza a lo largo del propio proceso de enseñanza-aprendizaje, a través del análisis de los aprendizajes adquiridos por los alumnos y de la información recogida sobre la marcha del proceso formativo que se está desarrollando, permitiendo que el profesorado pueda realizar, en cada caso, un análisis de las dificultades encontradas y un replanteamiento de las estrategias que serían más adecuadas para el desarrollo de las capacidades terminales propuestas en el módulo.

Evaluación sumativa

Tiene por finalidad la valoración de los resultados del aprendizaje al finalizar una determinada fase del proceso formativo, tomando como referencia los criterios de evaluación y los objetivos (capacidades terminales y objetivos didácticos) establecidos para esa fase. La evaluación sumativa se realizará al final del ciclo formativo.

Desde esta perspectiva, la evaluación sumativa conducirá a la acreditación profesional que garantiza haber adquirido las competencias y las capacidades requeridas para el desarrollo de la actividad profesional.



12.2 Criterios de evaluación

La evaluación de los aprendizajes de los alumnos se realizará tomando como referencia los y criterios de evaluación establecidos para el módulo profesional. Los criterios de evaluación establecen el nivel aceptable de consecución del resultado de aprendizaje, en consecuencia, los resultados mínimos que deben ser alcanzados en el proceso enseñanza-aprendizaje.

La evaluación se determinará atendiendo a los siguientes criterios:

- Participación activa
- Interés
- Atención
- Trabajo en clase
- Respeto a los compañeros y al profesor
- Pulcritud y orden en el mantenimiento del material
- Pruebas objetivas

12.3 Procedimiento de evaluación

Según la Orden de 29 de septiembre de 2010, la evaluación de los aprendizajes del alumnado será continua. Esto requiere su asistencia regular a clase y su participación en las actividades programadas.

12.4 Instrumentos de evaluación

Son las técnicas, recursos o procedimientos utilizados para obtener información acerca de todos los factores que intervienen en el proceso formativo con la finalidad de poder llevar a cabo en cada momento la evaluación correspondiente. Conviene poner de manifiesto que la elección de una técnica determinada dependerá de las características de la información que es necesario obtener, en función de los aspectos a evaluar y del momento en que se lleve a cabo.

Los tipos de instrumentos de evaluación son muy variados, entre otros, se utilizarán los siguientes:

- Pruebas o preguntas de clase.
- Búsquedas de información en Internet de forma individual o por pareja.
- Ejercicios y prácticas individuales o en parejas.
- Trabajos de grupo.
- Pruebas escritas.
- Debates sobre las posibles soluciones a diferentes problemas y actividades participativas de carácter similar.



Después de realizadas las pruebas escritas, que serán entregadas a los alumnos ya corregidas, se comentarán en clase los resultados y se realizarán los ejercicios que constituyeron la prueba. En general, cualquier actividad de evaluación será corregida en clase.

Los instrumentos de evaluación en convocatoria ordinaria y extraordinaria serán diferentes.

12.5 Criterios de calificación

1. Para calificar a un alumno/a en una evaluación, se tendrán en cuenta las notas obtenidas en las pruebas objetivas, las actividades y trabajos exigidos de forma individual y en grupo, su participación en clase y su actitud.

La calificación global, en cada una de las tres evaluaciones trimestrales, se expresará mediante la escala numérica de uno a diez, sin decimales, considerándose positivas las que sean iguales o superiores a cinco y negativas las restantes. Se establecerá una media ponderada atendiendo a la siguiente escala:

Criterios propios de la materia: 90%
Criterios comunes: 10%

Criterios de calificación / Resultados de aprendizaje	%	RA1	RA2	RA3	RA4	RA5	RA 6	RA 7	RA 8
Pruebas escritas	80%	1	1	1	1	1	1	1	1
Ejercicios, actividades, trabajos y cuaderno.	20%	0,25	0,05	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25

Los criterios propios de la materia se valorarán a través de pruebas objetivas (90%) y de los trabajos y actividades realizados por el alumno (10%).

Se realizarán pruebas objetivas en cada evaluación. Se hará la media entre las notas parciales de cada prueba, siempre que se haya obtenido, como mínimo, un cuatro. La nota media resultante de todas las pruebas deberá ser de 5 o mayor de 5.

El alumnado deberá presentar aquellos trabajos que con carácter obligatorio sean fijados para cada una de las evaluaciones. Las actividades



de clase tendrán carácter obligatorio y podrán ser solicitadas tanto para su revisión en borrador, antes de corregirlas, como para su entrega en limpio, una vez corregidos los ejercicios en clase.

Como normal general, cualquier tarea debe ser entregada en tiempo y forma.

Para los criterios comunes (10%), se valorará la puntualidad, la participación, el material didáctico, el uso adecuado de los equipos informáticos y del móvil.

2. El alumno que no se presente a un examen deberá acudir a la recuperación de la evaluación correspondiente.

3. Recuperaciones:

Evaluaciones pendientes:

Si el alumno/a no alcanza los resultados de aprendizaje programados para una evaluación, tendrá derecho a una prueba de recuperación, que se celebrará después de la entrega de calificaciones, excepto en la tercera evaluación que se hará en la recuperación de final de curso.

En la recuperación, los criterios de calificación serán los mismos que en la evaluación.

El alumno/a deberá presentar los ejercicios y trabajos propuestos durante el periodo de evaluación

4. Recuperación en junio:

El alumno/a que no haya superado el módulo mediante evaluación parcial, deberá acudir al período de recuperación de junio y realizar una prueba objetiva de los contenidos de las evaluaciones que tenga suspensas. Los criterios de calificación serán diferentes a los de las evaluaciones parciales.

5. Evaluación final del módulo:

La calificación de la evaluación final del módulo será la que resulte de hacer la media de las notas obtenidas en cada una de las tres evaluaciones.

6. Copiar en un control supondrá, para el alumno/a, el suspenso en esa evaluación.

7. El alumno/a, para aprobar el módulo, no deberá obtener una nota igual o superior a cinco puntos, de manera independiente, en cada uno de los resultados de aprendizajes propios de la materia; para ello, la media ponderada de todos ellos debe de ser igual o superior a 5.



13 Período de recuperación

El alumnado que tenga módulos profesionales no superados mediante evaluación parcial, o desee mejorar los resultados obtenidos, podrá asistir a clase y continuar con las actividades lectivas hasta la fecha de finalización del régimen ordinario de clase.

En este periodo, se realizarán actividades de apoyo y refuerzo de las competencias que han de adquirirse con el módulo.

Las clases del periodo de recuperación estarán enfocadas prioritariamente al alumnado que tenga módulos profesionales no superados mediante evaluación parcial.

Durante este tiempo, el alumno/a realizará ejercicios de repaso, prestando especial atención a aquellos temas o unidades en los que haya mostrado una especial dificultad.

15. Atención a la diversidad

De acuerdo con lo dispuesto para la atención a la diversidad y la organización de las actividades de refuerzo y recuperación en los apartados f) y g) del proyecto educativo del IES Universidad Laboral de Málaga:

“Para no limitar el aprendizaje del alumnado se programarán actividades o trabajos de ampliación para los alumnos más aventajados y de refuerzo para aquellos que deban recuperar conceptos que no dominan. También se facilitará al alumno que no supere la evaluación del módulo la recuperación del mismo, con actividades complementarias y nuevas pruebas orales o escritas, para que pueda demostrar que ha adquirido los resultados de aprendizaje y los objetivos programados.”

De acuerdo con lo establecido en el art. 2.5.e) de la O. de 29/9/2010 en la que se regula la evaluación de la formación profesional en Andalucía:

“e) La adecuación de las actividades formativas, los criterios y los procedimientos de evaluación cuando el ciclo formativo vaya a ser cursado por alumnado con algún tipo de discapacidad, deben garantizar el acceso a las pruebas de evaluación. Esta adaptación en ningún caso supondrá la supresión de resultados de aprendizaje y objetivos generales del ciclo que afecten a la adquisición de la competencia general del título”.

Las actuaciones previstas para los alumnos/as con NEE son las siguientes:

- Garantizar a los alumnos/as con NEE el acceso a las pruebas de evaluación; para ello dispondrá de más tiempo para la realización de las pruebas escritas y se facilitará el uso del ordenador a los alumnos con discapacidad física.



- Adaptación de la relación tiempo-tarea.
- Repetición de contenidos claves de las unidades.
- Distribución del aula según las necesidades del alumnado.

14 Materiales y recursos didácticos

- Comunicación empresarial y atención al cliente, Editorial Mc Millan
- Comunicación empresarial y atención al cliente, Editorial Mc Graw Hill.
- Documentos relacionados con los diversos temas expuestos en esta programación.
- Manuales de referencia y libros de consulta.
- Prensa diaria
- Aula de informática.
- Pizarra

15 Actividades complementarias y extraescolares

Las organizadas por el Departamento

16 Procedimiento para el seguimiento de las programaciones didácticas.

- Valoración trimestral colegiada, tras cada una de las evaluaciones, en el Departamento, respecto al nivel de desarrollo de la programación planificada y los resultados obtenidos.
- Informe trimestral y final del profesorado respecto a logros, dificultades y propuestas de mejora.

17 Comunicación de la programación didáctica

- Se da publicidad al inicio de curso verbalmente al alumnado y se le referencia a la página web del Centro.