

IES LOS PEDROCHES

FAMILIA PROFESIONAL

"ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN"

CICLO FORMATIVO DE GRADO MEDIO

"GESTION ADMINISTRATIVA"

PROGRAMACIÓN

(0437)

COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE

CURSO 2017/ 2018

Profesor:

ÍNDICE

	Página
I.- INTRODUCCIÓN	3
II.- COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES.....	3
III.- CUALIFICACIONES Y UNIDADES DE COMPETENCIA.....	3
IV.- OBJETIVOS.....	4
V.- CONTENIDO	4
VI.- METODOLOGÍA	10
VII.- RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN.....	11
VIII.- EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN	13
IX.- TRATAMIENTO DE LA DIVERSIDAD	15
X.- TEMAS TRANSVERSALES	15
XI.- MATERIALES DIDÁCTICOS	15

I.- INTRODUCCIÓN

El Real Decreto 1631/2009 del Ministerio de Educación, de 30 de octubre de 2009, publicado en el BOE nº 289 el 1 de diciembre de 2009, establece el título de Técnico en Gestión Administrativa; y la Orden de 21 de febrero de 2011, de la Consejería de Educación de la Junta de Andalucía, publicada en BOJA nº 55 el 18 de marzo de 2011, desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico en Gestión Administrativa. Entre las enseñanzas contempladas en dicha Orden figura el módulo denominado “COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE”, objeto de esta programación.

La competencia general del título de Técnico en Gestión Administrativa 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".

II.- COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES

Las competencias profesionales, personales y sociales del título que están en relación con el módulo “COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE” son las siguientes:

- 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.
- 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.
- m) Mantener el espíritu de innovación, de mejora de los procesos de producción y de actualización de conocimientos en el ámbito de su trabajo.
- p) Participar en las actividades de la empresa con respeto y actitudes de tolerancia.
- q) Adaptarse a diferentes puestos de trabajo y nuevas situaciones laborales, originados por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos.
- r) Participar en el trabajo en equipo respetando la jerarquía definida en la organización.

III.- CUALIFICACIONES Y UNIDADES DE COMPETENCIA

Las cualificaciones y unidades de competencia, comprendidas en el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales, que afectan al módulo “COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE” son las siguientes:

- a) Actividades administrativas de recepción y relación con el cliente ADG307_2 (RD 107/2008, de 1 de febrero), que comprende las siguientes unidades de competencia:
 - UC0975_2: Recepcionar y procesar las comunicaciones internas y externas.
 - UC0976_2: Realizar las gestiones administrativas del proceso comercial.
 - UC0973_1: Introducir datos y textos en terminales informáticos en condiciones de seguridad, calidad y eficiencia.
 - UC0978_2: Gestionar el archivo en soporte convencional e informático.
 - UC0233_2: Manejar aplicaciones ofimáticas en la gestión de la información y la documentación.

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

- Recepción de visitas y atención telefónica.

- Recepción, tramitación y gestión de documentación.
- Atención al cliente/usuario.
- Elaboración, registro y archivo de documentación.
- La aplicación de técnicas de comunicación adecuadas a la situación de atención/asesoramiento al cliente.
- 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.
- La aplicación de las técnicas de marketing como medio de potenciación de la imagen de la empresa.

Las actividades profesionales asociadas a estas funciones se aplican:

- En todos los ámbitos de la empresa, tanto interno como externo y en todo tipo de empresas, independientemente del sector al que pertenezcan.
- Especialmente, en el apoyo administrativo a las tareas que desarrollan los departamentos de Atención al cliente y Marketing en las empresas de los diferentes sectores económicos.

Las formas de acceder al Ciclo Formativo de Grado Medio de Gestión Administrativa son muy variadas: Acceso directo, Prueba de Acceso, Con Módulos pendientes, de otro Ciclo Formativo y de Bachillerato; esto hace que nos encontremos con una clase en la que el grado de conocimientos del alumnado, de esta materia, es muy heterogéneo. Esta situación agrava la dificultad a la hora de impartir un módulo totalmente nuevo para los alumnos.

IV.- OBJETIVOS

Los objetivos generales, de este ciclo formativo, que están en relación con el módulo “COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE” son los siguientes:

- Analizar el flujo de información y la tipología y finalidad 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 la 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.

V.- CONTENIDO

Para la impartición del presente módulo se utilizará como libro de texto: “COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE”, de M^a Pilar Sánchez Pastrana, editorial EDITEX.

El presente módulo tiene una duración total de 160 horas, trata sobre las distintas formas que tiene una empresa de relacionarse con su entorno así como de la realización de documentación y de la forma en que almacena y procesa la información que posee.

Este Módulo se impartirá durante 5 horas semanales con la siguiente distribución:

PRIMER TRIMESTRE**BLOQUE I**

- 1.- La empresa como sistema organizado 12 horas
 2.- Empresa y comunicación 10 horas

BLOQUE II

- 3.- Comunicaciones orales 10 horas
 4.- La empresa y las comunicaciones orales 10 horas

BLOQUE III

- 5.- La escritura como medio de comunicación 10 horas
 6.- La carta comercial en las relaciones empresariales 13 horas

SEGUNDO TRIMESTRE**BLOQUE IV**

- 7.- Tipos de cartas comerciales 14 horas
 8.- Documentos propios de la empresa y de la administración 11 horas

BLOQUE V

- 9.- Información escrita y envío de correspondencia 9 horas
 10.- Sistemas para clasificar y ordenar la documentación 9 horas
 11.- El archivo de la información 9 horas

TERCER TRIMESTRE**BLOQUE VI**

- 12.- Potenciando la imagen de empresa 11 horas
 13.- El cliente: un activo empresarial 11 horas

BLOQUE VII

- 14.- Aplicación de procedimientos de calidad en la atención al cliente 11 horas
 15.- El consumidor 10 horas

UNIDAD DE TRABAJO 1**La empresa como sistema organizado****CONCEPTOS**

1. ¿Qué es una empresa?
2. ¿Qué elementos componen la empresa?
3. ¿Todas las empresas son iguales?
4. La organización en la empresa
5. El departamento, pilar básico en la organización
6. ¿Es importante que los departamentos se relacionen entre sí?
7. La función de producción
8. Función comercial
9. Función económico financiera
10. Los recursos humanos. El departamento de personal

PROCEDIMIENTOS

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

ACTITUDES

- Identificar y valorar distintos sistemas de organización empresarial.

UNIDAD DE TRABAJO 2**Empresa y comunicación****CONCEPTOS**

1. La comunicación es una necesidad
2. Información y comunicación
3. ¿Cómo se produce la comunicación?
4. Lenguajes que empleamos para comunicarnos
5. Clases de comunicación
6. Eliminar barreras para comunicarnos mejor

7. Sistema de comunicación empresarial
8. Las comunicaciones internas en la empresa
9. Comunicaciones internas especiales: las relaciones laborales
10. Las comunicaciones externas de la empresa
11. Comunicaciones externas especiales: publicidad y relaciones públicas

PROCEDIMIENTOS

- a) Distinguir las comunicaciones internas y externas así como los flujos de información dentro de la empresa.
- b) Distinguir entre comunicación e información.
- c) Distinguir los elementos y procesos que intervienen en la comunicación.

ACTITUDES

- Valorar los flujos de comunicación en la empresa.

UNIDAD DE TRABAJO 3

Comunicaciones orales

CONCEPTOS

1. Elementos y funciones de la comunicación oral
2. ¿Cómo influye la lengua en nuestra vida?
3. Características de la comunicación verbal
4. Pautas a seguir para comunicarse bien
5. Escuchar es fundamental
6. Habilidades sociales. Aprender a escuchar
7. La comunicación no verbal y el lenguaje del cuerpo. Protocolo

PROCEDIMIENTOS

- a) Identificar los principios básicos de la comunicación verbal.
- b) Identificar el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales.
- c) Elaborar el mensaje verbal, de manera concreta y precisa, valorando las posibles dificultades en su transmisión.

ACTITUDES

- Valorar la importancia de las comunicaciones orales en la empresa.
- Fomentar el uso de un lenguaje adecuado al mensaje dentro de la empresa.

UNIDAD DE TRABAJO 4

La empresa y las comunicaciones orales

CONCEPTOS

1. Las comunicaciones orales en la empresa
2. ¿Qué medios se emplean?
3. El teléfono en la actividad empresarial
4. Protocolo en la atención de llamadas telefónicas
5. «Sonría, por favor», también por el teléfono
6. Situaciones delicadas: objeciones, quejas y reclamaciones
7. La informática y las comunicaciones verbales
8. Comunicaciones presenciales
9. Protocolo a seguir en las visitas de negocios

PROCEDIMIENTOS

- a) Distinguir los elementos y procesos que intervienen en la comunicación.
- b) Seleccionar el destinatario y el canal adecuado para cada situación.
- c) Determinar la mejor forma y actitud a la hora de presentar el mensaje.
- d) Identificar los principios básicos de la comunicación verbal.
- e) Identificar al interlocutor observando las debidas normas de protocolo, adaptando su actitud y conversación a la situación de la que se parte.
- f) Elaborar el mensaje verbal, de manera concreta y precisa, valorando las posibles dificultades en su transmisión.

ACTITUDES

- Valorar los flujos de comunicación en la empresa.
- Interpretar los canales adecuados de comunicación a la hora de expresar un mensaje.
- Valorar la importancia de las comunicaciones orales en la empresa.
- Fomentar el uso de un lenguaje adecuado al mensaje dentro de la empresa.

UNIDAD DE TRABAJO 5**La escritura como medio de comunicación****CONCEPTOS**

1. Características del mensaje escrito
2. La importancia del buen uso de las palabras
3. Los signos de puntuación
4. Las abreviaturas y las siglas
5. Las comunicaciones escritas en la empresa
6. La correspondencia comercial

PROCEDIMIENTOS

- a) Describir las características de los mensajes escritos.
- b) Aplicar correctamente los signos de puntuación.

ACTITUDES

- Valorar la correcta redacción en los escritos.
- Cuidar la presentación de los documentos escritos y su ortografía.

UNIDAD DE TRABAJO 6**La carta comercial en las relaciones empresariales****CONCEPTOS**

1. Aspectos generales de la carta comercial
2. Estructura de la carta comercial
3. Aspectos formales a tener en cuenta
4. El proceso de elaboración
5. El sobre también importa

PROCEDIMIENTOS

- a) Distinguir los apartados de la carta comercial.
- b) Distinguir expresiones obsoletas o pasadas de moda y sustituirlas por otras más adecuadas.

ACTITUDES

- Tener en cuenta las costumbres socioculturales y los usos empresariales.
- Valorar la importancia de los documentos escritos en la empresa.

UNIDAD DE TRABAJO 7**Tipos de cartas comerciales****CONCEPTOS**

1. Vamos a redacción de la carta
2. Cartas relacionadas con el proceso de compras
3. Cuando el vendedor responde a una solicitud
4. Casos de conflicto
5. Cuando los clientes plantean quejas o reclamaciones
6. Cartas relacionadas con el proceso de cobro
7. Las circulares
8. Las ofertas y ventas por correo

PROCEDIMIENTOS

- a) Redactar cartas a partir de supuestos concretos.
- b) Utilizar el léxico y las expresiones adecuados al tipo de comunicación.
- c) Rellenar los diferentes tipos de documentos sin cometer errores ortográficos ni de sintaxis.
- d) Utilizar las aplicaciones informáticas de procesamiento de texto

ACTITUDES

- Tener en cuenta las costumbres socioculturales y los usos empresariales.
- Valorar la importancia de los documentos escritos en la empresa.
- Cuidar la presentación de los documentos escritos y su ortografía.

UNIDAD DE TRABAJO 8**Documentos propios de la empresa y de la administración****CONCEPTOS**

1. Comunicaciones internas de carácter breve
2. Los informes en la empresa
3. La convocatoria
4. Las actas
5. Comunicaciones formales
6. La instancia
7. El recurso
8. La declaración jurada

9. El oficio
10. El certificado

PROCEDIMIENTOS

- a) Seleccionar el destinatario y el canal adecuado para cada situación.
- b) Determinar la mejor forma y actitud a la hora de presentar el mensaje
- c) Utilizar el léxico y las expresiones adecuados al tipo de comunicación y a los interlocutores.
- d) Rellenar los diferentes tipos de documentos sin cometer errores ortográficos ni de sintaxis.
- e) Utilizar las aplicaciones informáticas de procesamiento de texto

ACTITUDES

- Interpretar los canales adecuados de comunicación a la hora de expresar un mensaje
- Fomentar el uso de un lenguaje adecuado al mensaje.
- Tener en cuenta las costumbres socioculturales y los usos empresariales.
- Valorar la importancia de los documentos escritos en la empresa.
- Reconocer los distintos tipos de documentos.
- Cuidar la presentación de los documentos escritos y su ortografía.

UNIDAD DE TRABAJO 9

Información escrita y envío de correspondencia

CONCEPTOS

1. Ofimática y telemática en la empresa
2. El correo electrónico (e-mail)
3. Tratamiento de la correspondencia
4. La comunicación mediante fax
5. Correos y la información escrita
6. La Ley de las 3R y la documentación
7. Procedimientos de seguridad y confidencialidad en el tratamiento de la información

PROCEDIMIENTOS

- a) Cumplimentar los libros de registro de entrada y salida de la correspondencia y paquetería en soporte informático y convencional.

ACTITUDES

- Mostrar interés por las técnicas de organización de la información en las empresas.

UNIDAD DE TRABAJO 10

Sistemas para clasificar y ordenar la documentación

CONCEPTOS

1. Clasificar y ordenar... ¿Para qué?
2. El sistema alfabético
3. El sistema numérico
4. El método alfanumérico
5. El criterio cronológico
6. El sistema geográfico
7. Clasificación por materias o asuntos
8. Buenos hábitos que simplifican el trabajo

PROCEDIMIENTOS

- a) 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.
- b) Determinar el sistema de clasificación, registro y archivo apropiados al tipo de documentos que se tenga.

ACTITUDES

- Mostrar interés por las técnicas de organización de la información en las empresas

UNIDAD DE TRABAJO 11

El archivo de la información

CONCEPTOS

1. El archivo de la información en soporte papel
2. ¿Se pueden destruir los documentos?
3. La organización del archivo físico
4. Equipos y materiales necesarios para guardar los documentos
5. El archivo en otros soportes diferentes al papel
6. Los archivos informáticos
7. Las bases de datos en el tratamiento de la información
8. Organización y gestión de archivos del correo electrónico

9. La protección de los datos informáticos

PROCEDIMIENTOS

- a) Describir la finalidad de organizar la información.
- b) Diferenciar las técnicas de organización de la información que se pueden aplicar en una empresa o institución.
- c) 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.
- d) Determinar los sistemas de clasificación, registro y archivo apropiados al tipo de documentos que se posean.
- e) Reconocer los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación..

ACTITUDES

- Valorar las técnicas de archivo empresariales en soporte informático y sus prestaciones
- Fomentar el uso de las BBDD para el archivo de la información empresarial

UNIDAD DE TRABAJO 12**Potenciando la imagen de empresa****CONCEPTOS**

1. Función comercial e imagen empresarial
2. Hablemos de marketing
3. Términos empleados en marketing
4. El plan y los instrumentos del marketing
5. Políticas de producto, precio y distribución
6. Políticas de comunicación
7. La publicidad
8. La promoción de ventas
9. Las relaciones públicas
10. La responsabilidad social corporativa

PROCEDIMIENTOS

- a) Identificar el concepto de marketing.
- b) Reconocer las principales funciones del marketing.
- c) Diferenciar los elementos y herramientas básicos que componen el marketing.

ACTITUDES

- Valorar la importancia del departamento de 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.

UNIDAD DE TRABAJO 13**El cliente: un activo empresarial****CONCEPTOS**

1. La investigación comercial
2. ¿Quién es el cliente?
3. Motivaciones de compra
4. El departamento de atención al cliente
5. Elementos de la atención al cliente
6. Fases de la atención al cliente: acogida, seguimiento, gestión y despedida
7. ¿Qué hacer ante las objeciones?
8. Quejas y reclamaciones. ¿Cómo actuar?

PROCEDIMIENTOS

- a) Reconocer e identificar al cliente.
- b) Identificar las fases que componen el proceso de atención al cliente y su comportamiento.
- c) Analizar las diversas clases de clientes y sus correspondientes formas de atención.
- d) Distinguir las fases de la atención al cliente: el seguimiento, la gestión y la despedida.
- e) Identificar y distinguir los diversos canales de comunicación para encauzar la atención del cliente.
- f) Identificar una reclamación, una queja, una sugerencia y una felicitación.
- g) Conocer qué es un departamento de atención al cliente y sus funciones.

ACTITUDES

- Valorar la importancia del papel del cliente en la empresa
- Mostrar interés por conocer los distintos tipos de clientes y sus correspondientes formas de atención.

CONCEPTOS

1. La satisfacción del cliente
2. La calidad en el servicio al cliente
3. Cómo administrar la calidad
4. Procedimientos de control en la atención al cliente y en el servicio posventa
5. Fidelizar al cliente

PROCEDIMIENTOS

- a) Analizar las diversas clases de clientes y sus correspondientes formas de atención.
- b) Identificar los factores que influyen en la prestación del servicio al cliente.
- c) Detectar los errores producidos en la prestación del servicio.
- d) Aplicar el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas.

ACTITUDES

- Prestar atención a los estándares de calidad de atención al cliente
- Valorar los procedimientos de calidad en la atención al cliente
- Atender a los errores en el proceso de atención y aportar la solución.

UNIDAD DIDÁCTICA 15**El consumidor****CONCEPTOS**

1. El consumidor y sus derechos
2. Normativa en materia de consumo
3. Instituciones y organismos públicos relacionados con el consumo
4. Cuando el consumidor ejerce sus derechos
5. Resolución extrajudicial de conflictos: la mediación y el arbitraje
6. Consumo sostenible y responsable

PROCEDIMIENTOS

- a) Diferenciar las vías a seguir por el consumidor para ejercer sus derechos.
- b) Aplicar el procedimiento a seguir en la recogida y tramitación de reclamaciones.

ACTITUDES

- Conocer y respetar los derechos de los consumidores

VI.- METODOLOGÍA

Las líneas de actuación en el proceso enseñanza-aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo versarán sobre:

- La aplicación de técnicas de comunicación adecuadas a cada situación concreta. La aplicación del protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales, relacionándolos con la imagen de la empresa y la importancia de esta.
- La utilización de equipos informáticos, aplicando las normas básicas de uso.
- La elaboración de cartas comerciales y otros documentos administrativos.
- El registro de la documentación, tanto la recibida como la emitida.
- El archivo de la documentación aplicando soporte papel e informático.
- La atención y tramitación de consultas, quejas y reclamaciones.
- El seguimiento de clientes y control del servicio post-venta.

La metodología didáctica de la formación profesional promueve la integración de contenidos científicos, tecnológicos y organizativos, por lo que se procurará capacitar al alumnado en el autoaprendizaje y el trabajo en equipo.

La metodología se basa en exposiciones teóricas sobre los conceptos, explicación y representación de las partes de que se componen los documentos y del procedimiento a seguir en la elaboración, clasificación y archivo de documentos.

Los ejercicios y trabajos que el alumnado debe elaborar ha de tener la máxima relación con:

* Tratamiento Informático de la Información (los documentos serán realizados utilizando una aplicación de procesador de textos.

* Operaciones administrativas de compra-venta (almacén, compras, ventas).

Además, se tratarán cuestiones no directamente relacionadas con el manejo de programas, pero que tienen que ver con temas legales y éticos del tratamiento de la información:

- La información. Control de la información. Confidencialidad de los datos. Niveles de seguridad en relación con la estructura de una empresa.

- Relación entre el desarrollo técnico y las necesidades de la empresa. Se pretende que el alumno sea capaz de asimilar por sí mismo la aparición de nuevos medios y utilizarlos adecuadamente. Además, debe ser consciente de los aspectos relativos a la protección de datos.

VII.- RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
1. Selecciona técnicas de comunicación relacionándolas con la estructura e imagen de la empresa y los flujos de información existentes en ella.	a) Se ha reconocido la necesidad de comunicación entre las personas. b) Se ha distinguido entre comunicación e información. c) Se han distinguido los elementos y procesos que intervienen en la comunicación. d) Se han reconocido los obstáculos que pueden existir en un proceso de comunicación. e) Se ha determinado la mejor forma y actitud a la hora de presentar el mensaje. f) Se han identificado los conceptos de imagen y cultura de la empresa. g) Se han diferenciado los tipos de organizaciones y su organigrama funcional. h) Se han distinguido las comunicaciones internas y externas y los flujos de información dentro de la empresa. i) Se ha seleccionado el destinatario y el canal adecuado para cada situación.
2. Transmite información de forma oral vinculándola a los usos y costumbres socioprofesionales habituales en la empresa.	a) Se han identificado los principios básicos a tener en cuenta en la comunicación verbal. b) Se ha identificado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales. c) Se han tenido en cuenta las costumbres socioculturales y los usos empresariales. d) Se ha identificado al interlocutor observando las debidas normas de protocolo, adaptando su actitud y conversación a la situación de la que se parte. e) Se ha elaborado el mensaje verbal, de manera concreta y precisa, valorando las posibles dificultades en su transmisión. f) Se ha utilizado el léxico y expresiones adecuados al tipo de comunicación y a los interlocutores. g) Se ha presentado el mensaje verbal elaborado utilizando el lenguaje no verbal más adecuado. h) Se han utilizado equipos informáticos aplicando las normas básicas de uso. i) Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y sensibilidad. j) Se han analizado los errores cometidos y propuesto las acciones correctivas necesarias.
3. Transmite información escrita aplicando las técnicas de estilo a diferentes tipos de documentos propios de la empresa y de la Administración Pública.	a) Se han identificado los soportes para elaborar y transmitir los documentos: tipo de papel, sobres y otros. b) Se han identificado los canales de transmisión: correo convencional, correo electrónico, fax, mensajes cortos o similares. c) Se han diferenciado los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad, y confidencialidad. d) Se ha identificado al destinatario observando las debidas normas de protocolo. e) Se han clasificado las tipologías más habituales de documentos dentro de la empresa según su finalidad. f) Se ha redactado el documento apropiado cumpliendo las normas ortográficas y sintácticas en función de su finalidad y de la situación de partida.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
	<ul style="list-style-type: none"> g) Se han identificado las herramientas de búsqueda de información para elaborar la documentación. h) Se han utilizado las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos o autoedición. i) Se han cumplimentado los libros registro de entrada y salida de correspondencia y paquetería en soporte informático y/o convencional. j) Se ha utilizado la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos establecidos para las empresas e instituciones públicas y privadas. k) Se han aplicado, en la elaboración de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).
<p>4. Archiva información en soporte papel e informático reconociendo los criterios de eficiencia y ahorro en los trámites administrativos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> a) Se ha descrito la finalidad de organizar la información y los objetivos que se persiguen. b) 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. c) 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. d) Se han identificado las principales bases de datos de las organizaciones, su estructura y funciones. e) Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiados al tipo de documentos. f) Se han realizado árboles de archivos informáticos para ordenar la documentación digital. g) Se han aplicado las técnicas de archivo en los intercambios de información telemática (intranet, extranet, correo electrónico). h) Se han reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación y detectado los errores que pudieran producirse en él. i) 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. j) Se han aplicado, en la elaboración y archivo de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).
<p>5. Reconoce necesidades de posibles clientes aplicando técnicas de comunicación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> a) Se han desarrollado técnicas de comunicación y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente en situaciones de atención/asesoramiento al mismo. b) Se han identificado las fases que componen el proceso de atención al cliente/consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación. c) Se han reconocido los errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente. d) Se ha identificado el comportamiento del cliente. e) Se han analizado las motivaciones de compra o demanda de un servicio del cliente. f) Se ha obtenido, en su caso, la información histórica del cliente. g) Se ha adaptado adecuadamente la actitud y discurso a la situación de la que se parte. h) Se ha observado la forma y actitud adecuadas en la atención y asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado. i) Se han distinguido las distintas etapas de un proceso comunicativo.
<p>6. Atiende consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes aplicando la normativa vigente en materia de consumo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> a) Se han descrito las funciones del departamento de atención al cliente en empresas. b) Se ha interpretado la comunicación recibida por parte del cliente. c) Se han identificado los elementos de la queja/reclamación. d) Se han reconocido las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/reclamaciones. e) Se ha identificado y localizado la información que hay que suministrar al cliente.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
	f) Se han utilizado los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones. g) Se ha cumplimentado, en su caso, un escrito de respuesta utilizando medios electrónicos u otros canales de comunicación. h) Se ha reconocido la importancia de la protección del consumidor. i) Se ha identificado la normativa en materia de consumo. j) Se han diferenciado los tipos de demanda o reclamación.
7. Potencia la imagen de empresa reconociendo y aplicando los elementos y herramientas del marketing.	a) Se ha identificado el concepto de marketing. b) Se han reconocido las funciones principales del marketing. c) Se ha valorado la importancia del departamento de marketing. d) Se han diferenciado los elementos y herramientas básicos que componen el marketing. e) Se ha valorado la importancia de la imagen corporativa para conseguir los objetivos de la empresa. f) Se ha valorado la importancia de las relaciones públicas y la atención al cliente para la imagen de la empresa. g) Se ha identificado la fidelización del cliente como un objetivo prioritario del marketing.
8. Aplica procedimientos de calidad en la atención al cliente identificando los estándares establecidos.	a) Se han identificado los factores que influyen en la prestación del servicio al cliente. b) Se han descrito las fases del procedimiento de relación con los clientes. c) Se han descrito los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio. d) Se ha valorado la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos. e) Se han detectado los errores producidos en la prestación del servicio. f) Se ha aplicado el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas. g) Se ha explicado el significado e importancia del servicio post-venta en los procesos comerciales. h) Se han definido las variables constitutivas del servicio post-venta y su relación con la fidelización del cliente. i) Se han identificado las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio post-venta. j) Se han descrito los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio post-venta, así como sus fases y herramientas.

VIII.- EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN

En la práctica diaria, la evaluación será:

- Individualizada: centrándose en las particularidades de cada alumno y en su evolución. (Preguntas realizadas en clase, ejercicios realizados en clase y en casa)
- Cualitativa:
 - Conceptos: ejercicios, controles y exámenes escritos.
 - Procedimientos: desarrollo de supuestos mediante observación directa del profesor.
 - Actitudes: respeto a las opiniones y respuestas de los compañeros y entrega de ejercicios en el tiempo solicitado.
- Orientadora: dando información precisa al alumnado para mejorar su aprendizaje.
- Continua: entendiendo el aprendizaje como un proceso continuo, contrastando los diversos momentos o fases:
 - * Evaluación inicial de los conocimientos de partida del alumnado y de sus características personales.
 - * Evaluación continua de la evolución del proceso enseñanza-aprendizaje.
 - * Evaluación final de los resultados finales del proceso de aprendizaje.

Cuando se realicen actividades y trabajos en grupo (informes, trabajos, exposiciones) se calificarán, en su caso, tanto la calidad de los trabajos o informes, como la claridad de las exposiciones y el interés y la participación en las actividades, teniéndose en cuenta también la integración de los alumnos/as en el grupo y el diálogo con los otros grupos.

También es de gran importancia la realización de trabajos y actividades individuales, tanto escritos como orales, y la resolución de ejercicios con el fin de conocer y evaluar el grado de comprensión con que van adquiriendo individualmente los conocimientos. De este modo se podrán poner de manifiesto las deficiencias o errores en la comprensión de los conceptos y procesos.

Para valorar los conocimientos adquiridos por el alumnado en este módulo se realizarán a lo largo de cada trimestre:

- a) pruebas escritas sobre bloque de unidades (varias unidades didácticas según aparecen en el apartado V.- CONTENIDO).
- b) ejercicios: estos servirán para afianzar los contenidos conceptuales y procedimentales.

La calificación trimestral se establecerá teniendo en cuenta las siguientes ponderaciones:

- Las ponderaciones se aplicarán por bloques de unidades.
- Nota máxima: 10
- Pruebas escritas: 60% de la nota máxima. Las pruebas consistirán en preguntas relativas a los contenidos conceptuales y procedimentales. (Se realizará una prueba por cada bloque de unidades).
- Ejercicios: 20% de la nota máxima. Ejercicios propuestos para comprobar el grado de asimilación de los contenidos conceptuales y procedimentales de cada unidad.
- Actitud: 20% de la nota máxima. Se valorará la actitud positiva hacia el módulo de estudio, el respeto a las opiniones dadas en clase, la entrega de ejercicios en la fecha indicada y la falta a clase sin justificación documental.

En las pruebas y ejercicios escritos se penalizará con 0'1 punto por cada falta de ortografía, estableciendo un máximo de 1 punto de penalización.

Para considerar aprobado un bloque de unidades, el alumno debe de obtener como mínimo un 5.

La calificación de cada trimestre será la que resulte de obtener la media aritmética simple de las notas de cada bloque de unidades, siempre que los bloques estén aprobados.

Si la calificación del trimestre es inferior a 5, por tener algún bloque de unidades suspenso, el alumno deberá recuperar el bloque de unidades en el que no haya obtenido como mínimo un 5.

La calificación final del módulo se establecerá mediante la media aritmética simple de las notas obtenidas en las tres evaluaciones parciales.

Si la calificación final del módulo es inferior a 5, por tener algún bloque de unidades suspenso, el alumno deberá recuperar el bloque de unidades en el que no haya obtenido como mínimo un 5.

Según el Plan de Convivencia del centro:

El alumnado que registre un 20% de faltas injustificadas al trimestre en un módulo, perderá el derecho a la evaluación continua de dicho módulo.

Para evaluar y calificar al alumnado que haya perdido el derecho a la evaluación continua se establecerá un calendario de exámenes antes de la evaluación final del ciclo. Éste alumnado solo será calificado por dichos exámenes, los cuales versarán sobre toda la materia del módulo.

IX.- TRATAMIENTO DE LA DIVERSIDAD

Los alumnos/as que no hayan alcanzado los mínimos exigibles en algún bloque de unidades didácticas realizarán ejercicios de refuerzo y una prueba individual de recuperación.

Asimismo, se programarán actividades de profundización para aquellos alumnos/as con mayor nivel de conocimientos. Éstas irán orientadas, fundamentalmente, al estudio de otros documentos.

Los ejercicios, trabajos y pruebas específicas se adaptarán a las capacidades del alumno/a en concreto.

X.- TEMAS TRANSVERSALES

En esta programación se ha tenido en cuenta:

- los principios de igualdad de derechos entre los sexos y el rechazo a todo tipo de discriminaciones, igualdad en el trato, así como prevenir comentarios no adecuados por parte de cualquier componente del aula.
- la educación para la salud: postura del cuerpo y alimentación.
- el fomento de los hábitos de comportamiento democrático y de valores cívicos: debates en clase, normas de comportamiento sociales.

Para la educación por la igualdad entre los sexos se intenta corregir prejuicios mediante referencias a las actividades que pueden ser realizadas por ambos sexos.

La educación para la paz está asociada con la tolerancia, la no-violencia, la cooperación, etc. Estos valores se trabajan especialmente en las actividades que se realizan en grupos de trabajo, en las que se fomenta una actitud de respeto y valoración positiva de las ideas y opiniones ajenas, de cooperación y de aceptación de las decisiones tomadas por el grupo, como norma fundamental para vivir en una sociedad tolerante.

XI.- MATERIALES DIDÁCTICOS

Para el desarrollo de los contenidos utilizaré los siguientes materiales:

- COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE. María Pilar Sánchez. EDITEX.
- Un ordenador por alumno/a.
- Internet.
- Pizarra.
- Cañón de proyección.