

Comunicación Empresarial y Atención al Cliente

Pfra.: Aitana Anoz
Curso académico: 2018/19

Ciclo Formativo:
Gestión Administrativa

Módulo profesional (Código: 0437):
Comunicación Empresarial y Atención al Cliente

Duración: $160 + 64 = 224$ hrs/año
Duración semanal: $5 + 2 = 7$ hrs/semana

Curso: 1º

1. INTRODUCCIÓN

- 1.1. Finalidad de la formación profesional en el sistema educativo
- 1.2. Objetivos generales de la enseñanzas de formación profesional
- 1.3. Presentación del módulo profesional

2. OBJETIVOS GENERALES DEL CICLO, RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- 2.1. Objetivos generales del ciclo
- 2.2. Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

3. CONTENIDOS

- 3.1. Contenidos curriculares
- 3.2. Secuenciación y temporalización de contenidos

4. METODOLOGÍA

- 4.1. Principios metodológicos
- 4.2. Líneas de actuación en el proceso de enseñanza-aprendizaje
- 4.3. Materiales y recursos didácticos
- 4.4. Actividades extraescolares

5. EVALUACIÓN

- 5.1. Procedimientos
- 5.2. Criterios de evaluación
- 5.3. Criterios de recuperación

6. TEMAS TRANSVERSALES

7. ALUMNADO CON NECESIDADES EDUCATIVAS ESPECIALES

8. PROGRAMA DE FOMENTO DE LA LECTURA

9. NORMATIVA

1. INTRODUCCIÓN

De acuerdo con el Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio, por el que se establece la ordenación general de la formación profesional en el sistema educativo, la formación profesional del sistema educativo persigue las siguientes finalidades y objetivos generales:

1.1. Finalidad de la formación profesional en el sistema educativo

- a) Cualificar a las personas para la actividad profesional y contribuir al desarrollo económico del país.
- b) Facilitar su adaptación a los cambios profesionales y sociales que puedan producirse durante su vida.
- c) Contribuir a su desarrollo personal, al ejercicio de una ciudadanía democrática, favoreciendo la inclusión y la cohesión social y el aprendizaje a lo largo de la vida.

1.2. Objetivos generales de las enseñanzas de formación profesional

Las enseñanzas de formación profesional tienen por objeto conseguir que el alumnado adquiera las competencias profesionales, personales y sociales, según el nivel de que se trate (FPB, CFGM o CFGS), necesarias para:

- a) Ejercer la actividad profesional definida en la competencia general del programa formativo.
- b) Comprender la organización y características del sector productivo correspondiente, los mecanismos de inserción profesional, su legislación laboral y los derechos y obligaciones que se derivan de las relaciones laborales.
- c) Consolidar hábitos de disciplina, trabajo individual y en equipo, así como capacidades de autoaprendizaje y capacidad crítica.
- d) Establecer relaciones interpersonales y sociales, en la actividad profesional y personal, basadas en la resolución pacífica de los conflictos, el respeto a los demás y el rechazo a la violencia, a los prejuicios de cualquier tipo y a los comportamientos sexistas.
- e) Prevenir los riesgos laborales y medioambientales y adoptar medidas para trabajar en condiciones de seguridad y salud.
- f) Desarrollar una identidad profesional motivadora de futuros aprendizajes y adaptaciones a la evolución de los procesos productivos y al cambio social.
- g) Potenciar la creatividad, la innovación y la iniciativa emprendedora.
- h) Utilizar las tecnologías de la información y la comunicación, así como las lenguas extranjeras necesarias en su actividad profesional.
- i) Comunicarse de forma efectiva en el desarrollo de la actividad profesional y personal.
- j) Gestionar su carrera profesional, analizando los itinerarios formativos más adecuados para mejorar su empleabilidad.

La formación profesional también fomentará la igualdad efectiva de oportunidades para todos, con especial atención a la igualdad entre hombres y mujeres. Y posibilitará el aprendizaje a lo largo de la vida.

1.3. Presentación del módulo profesional

De acuerdo con lo dispuesto en el Real Decreto 1631/2009, de 30 de octubre, por el que se establece el título de Técnico en Gestión Administrativa y se fijan sus enseñanzas mínimas, el módulo profesional **Comunicación empresarial y atención al**

cliente está integrado en el ciclo formativo de grado medio Gestión Administrativa (Referente europeo: CINE-3), perteneciente a la familia profesional de Administración y Gestión y con una duración de 2.000 horas.

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.

De acuerdo con lo dispuesto en el Anexo I del citado Real Decreto 1631/2009, el módulo profesional de Comunicación empresarial y atención al cliente contribuye a alcanzar las siguientes competencias del título:

1. Tramitar documentos o comunicaciones internas o externas en los circuitos de información de la empresa.
2. Elaborar documentos y comunicaciones a partir de órdenes recibidas o información obtenida.
3. Clasificar, registrar y archivar comunicaciones y documentos según las técnicas apropiadas y los parámetros establecidos en la empresa.
4. 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.
5. Mantener el espíritu de innovación, de mejora de los procesos de producción y de actualización de conocimientos en el ámbito de su trabajo.
6. Participar en las actividades de la empresa con respeto y actitudes de tolerancia.
7. Adaptarse a diferentes puestos de trabajo y nuevas situaciones laborales, originados por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos.
8. Participar en el trabajo en equipo respetando la jerarquía definida en la organización.

2. CAPACIDADES Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

2.1. Objetivos generales del ciclo formativo

De acuerdo con lo dispuesto en el Anexo I del *Real Decreto 1631/2009, de 30 de octubre, por el que se establece el título de Técnico en Gestión Administrativa y se fijan sus enseñanzas mínimas*, el módulo profesional de Comunicación Empresarial y Atención al Cliente, contribuye a alcanzar los siguientes objetivos generales del ciclo formativo:

1. Analizar el flujo de información y la tipología y finalidad de los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa, para tramitarlos.
2. Analizar los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa, reconociendo su estructura, elementos y características para elaborarlos.
3. 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.
4. 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.

5. 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.
6. 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.

2.2. Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

El presente módulo formativo consta de 7 **resultados de aprendizaje** con sus correspondientes **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.

Criterios de evaluación:

- 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.

Criterios de evaluación:

- 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 de telefonía e 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.

Criterios de evaluación:

- 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.
 - 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 de 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).
4. Archiva información en soporte papel e informático, reconociendo los criterios de eficiencia y ahorro en los trámites administrativos.

Criterios de evaluación:

- 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).

5. Reconoce necesidades de posibles clientes aplicando técnicas de comunicación.

Criterios de evaluación:

- 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 han 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.
6. Atiende consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes aplicando la normativa vigente en materia de consumo.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha interpretado la comunicación recibida por parte del cliente.
 - b) Se han identificado los elementos de la queja/reclamación.
 - c) Se han reconocido las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/ reclamaciones.
 - d) reclamaciones.
 - e) Se ha identificado y localizado la información que hay que suministrar al cliente.
 - 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
 - h) electrónicos u otros canales de comunicación.
 - i) Se ha reconocido la importancia de la protección del consumidor.
 - j) Se ha identificado la normativa en materia de consumo.
 - k) Se han diferenciado los tipos de demanda o reclamación.
7. Potencia la imagen de empresa reconociendo y aplicando los elementos y herramientas del marketing.

Criterios de evaluación:

- 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

- f) de la empresa.
 - g) Se ha valorado la importancia de las relaciones públicas y la atención al cliente para la imagen de la empresa.
 - h) 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.

Criterios de evaluación:

- 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.

3. CONTENIDOS

3.1. Contenidos curriculares

- a) Selección de técnicas de comunicación empresarial:
 - ⇒ Elementos y barreras de la comunicación.
 - ⇒ Comunicación e información y comportamiento.
 - ⇒ Aplicación de la escucha activa en los procesos de comunicación.
 - ⇒ Criterios de empatía y principios básicos de la asertividad.
 - ⇒ Las relaciones humanas y laborales en la empresa.
 - ⇒ La organización empresarial. Organigramas.
 - ⇒ Principios de organización.
 - ⇒ Tipos de organización empresarial.
 - ⇒ Departamentos y áreas funcionales tipo.
 - ⇒ Funciones del personal en la organización.
 - ⇒ Relación interdepartamental.
 - ⇒ Descripción de los flujos de comunicación.
 - ⇒ La comunicación interna en la empresa: comunicación formal e informal.
 - ⇒ La comunicación externa en la empresa.
 - ⇒ La publicidad y las relaciones públicas.
- b) Transmisión de comunicación oral en la empresa:
 - ⇒ Principios básicos en las comunicaciones orales.
 - ⇒ Normas de información y atención oral.
 - ⇒ Técnicas de comunicación oral, habilidades sociales y protocolo.
 - ⇒ Clases de comunicación oral: Diálogo. Discurso. Debate. Entrevista.
 - ⇒ La comunicación no verbal.

- ⇒ Elementos del lenguaje no verbal.
- ⇒ La imagen personal.
- ⇒ La comunicación verbal dentro del ámbito de la empresa.
- ⇒ La comunicación telefónica: barreras y dificultades en la transmisión de la información.
- ⇒ La expresión verbal y no verbal en 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: videoconferencia, chat y otros.
- ⇒ Comunicaciones en la recepción de visitas: acogida, identificación, gestión, despedida.

c) Transmisión de comunicación escrita en la empresa:

- ⇒ La comunicación escrita en la empresa.
- ⇒ Normas de comunicación y expresión escrita.
- ⇒ Normas ortográficas, sintácticas y de léxico en las comunicaciones escritas socioprofesionales. Abreviaturas comerciales y oficiales.
- ⇒ Características principales de la correspondencia comercial.
- ⇒ Medios utilizados en la correspondencia comercial: El sobre. El papel. La carta. La carta comercial.
- ⇒ Estructura. Estilos de las cartas comerciales. Clasificación de las cartas comerciales.
- ⇒ Formatos tipo de documentos de uso en la empresa y en las Administraciones Públicas: memorándum, nota interior, informe, solicitud, oficio, certificado, declaración, recurso y otros.
- ⇒ Medios y equipos ofimáticos y telemáticos.
- ⇒ El correo electrónico. Uso, estructura y redacción de los e-mails.
- ⇒ La recepción de la correspondencia.
- ⇒ Servicios de correos, circulación interna de correspondencia y paquetería.
- ⇒ La salida de la correspondencia de la empresa.
- ⇒ Procedimientos de registro de entrada y salida de correspondencia y paquetería.
- ⇒ Aplicación de procedimientos de seguridad y confidencialidad de la información.

d) Archivo de la información en soporte papel e informático: Archivo de la información en soporte papel:

- ⇒ Clasificación y ordenación de documentos.
- ⇒ Normas de clasificación: alfabética, geográfica, por materias, cronológica, decimal. Ventajas e inconvenientes.
- ⇒ Necesidades de conservación de la documentación.
- ⇒ Técnicas de archivo: Naturaleza. Finalidad del archivo. Archivo de documentos.
- ⇒ Captación, elaboración de datos y su custodia.
- ⇒ Sistemas de archivo. Convencionales. Por microfilme. Informáticos.
- ⇒ Clasificación de la información.
- ⇒ Utilización de índices.
- ⇒ Centralización o descentralización del archivo.
- ⇒ El proceso de archivo: Normas a tener en cuenta en el archivo de documentos.
- ⇒ Confección y presentación de informes procedentes del archivo.
- ⇒ La purga o destrucción de la documentación.
- ⇒ Confidencialidad de la información y documentación.
- ⇒ Archivo de la información en soporte informático: Las bases de datos para

el tratamiento de la información. Estructura y funciones de una base de datos.

- ⇒ Procedimientos de protección de datos.
- ⇒ Archivos y carpetas: identificación, organización, creación de accesos directos.
- ⇒ Organización en carpetas del correo electrónico y otros sistemas de comunicación telemática.

e) Reconocimiento de necesidades de clientes:

- ⇒ Concepto e identificación del cliente: el cliente interno; el cliente externo.
- ⇒ El conocimiento del cliente y sus motivaciones.
- ⇒ 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.
- ⇒ La percepción del cliente respecto a la atención recibida.
- ⇒ La satisfacción del cliente. Los procesos en contacto con el cliente externo.

f) Atención de consultas, quejas y reclamaciones:

- ⇒ El departamento de atención al cliente. Funciones.
- ⇒ Valoración del cliente de la atención recibida: reclamación, queja, sugerencias y felicitación.
- ⇒ Elementos de una queja o reclamación.
- ⇒ Las fases de la resolución de quejas/reclamaciones. El circuito de las reclamaciones. Gestión reactiva de las reclamaciones.
- ⇒ Gestión proactiva de las reclamaciones: La anticipación a los errores. El seguimiento de los clientes perdidos.
- ⇒ El consumidor. Instituciones de consumo: Entes públicos. Entes privados.
- ⇒ Normativa en materia de consumo: Marco legal estatal, autonómico y local. Procedimiento de recogida de las reclamaciones y denuncias:
- ⇒ Recepción. Registro. Acuse de recibo.
- ⇒ Tramitación y gestión:
- ⇒ Tipología de las demandas de consumo. Hojas de reclamaciones.

g) 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. La imagen corporativa. La oferta y la demanda. Definición de marketing. La función del marketing en la empresa. El departamento de marketing.
- ⇒ Los elementos del marketing: Producto. Precio. Distribución. Promoción. Logística. Relación con los clientes.
- ⇒ Políticas de comunicación:
- ⇒ La publicidad: concepto, principios y objetivos. La publicidad ilícita, los medios, soportes y formas publicitarias.
- ⇒ Las relaciones públicas. La Responsabilidad Social Corporativa

h) Aplicación de procedimientos de calidad en la atención al cliente: La calidad de servicio como elemento de la competitividad de la empresa:

- ⇒ Definición de calidad de servicio: factores que influyen. Actuación eficaz en el trato con el cliente. Servicio postventa.
- ⇒ Tratamiento de anomalías producidas en la prestación del servicio. Procedimientos de control del servicio: La calidad de los servicios. Los estándares de calidad del servicio. La anticipación a los problemas.
- ⇒ Evaluación y control del servicio: La medición de la satisfacción del consumidor. Solución a los problemas de calidad.

- ⇒ **Control del servicio postventa:** Procedimientos utilizados en la post-venta. Post-venta: análisis de la información. Servicios de asistencia post-venta. Utilización de las herramientas de gestión de gestión de relación con clientes (CRM) en la postventa.
- ⇒ **Fidelización de clientes:**
- ⇒ Elementos de fidelización como estrategia de empresa. Fidelización efectiva.

3.2. Secuenciación y temporalización de contenidos

Primera evaluación:

| Contenido del libro de texto | Contenido curricular |
|---|--|
| ⇒ Unit 10. Communication skills for quality customer services | Reconocimiento de necesidades de clientes Potenciación de la imagen de la empresa |
| ⇒ Unit 11. Consumer protection | Atención de consultas, quejas y reclamaciones |
| ⇒ Unit 12. Handling claims and complaints | Atención de consultas, quejas y reclamaciones |
| ⇒ Unit 13. After-Sales service | Aplicación de procedimientos de calidad en la atención al cliente |

Segunda evaluación:

| Contenido libro de texto | Contenido curricular |
|---|---|
| ⇒ Unit 2. Corporate communication and information processes | Selección de técnicas de comunicación empresarial |
| ⇒ Unit 3. Oral communication | Transmisión de comunicación oral en la empresa |
| ⇒ Unit 1. Types of companies | Selección de técnicas de comunicación empresarial |

Tercera evaluación:

| Contenido libro de texto | Contenido curricular |
|---|---|
| ⇒ Unit 4. Communication skills on the phone | Transmisión de comunicación oral en la empresa |
| ⇒ Unit 5. Written business communication | Transmisión de comunicación escrita en la empresa |

| | |
|--------------------------------------|--|
| ⇒ Unit 6. Written business documents | |
| ⇒ Unit 8. Mail management | |
| ⇒ Unit 9. Office filing systems | Archivo de la información en soporte papel e informático |

4. METODOLOGÍA

4.1. Principios metodológicos

Se trabajará en base a los siguientes principios metodológicos:

- ⇒ El proceso de **enseñanza-aprendizaje** lo basaremos en todo momento en el saber hacer, estableciendo relaciones con los procesos reales de trabajo.
- ⇒ Conectaremos los conocimientos teóricos en el aula con el **entorno socioeconómico** de la zona: empresas, profesionales y organismos administrativos en que esté ubicado el Centro.
- ⇒ Crearemos las condiciones necesarias para que el alumno tenga la oportunidad de valorar la repercusión de las diferentes **áreas funcionales** de la empresa y el papel de éstas en la economía de mercado.
- ⇒ Utilizaremos un **enfoque interdisciplinar** en cuanto a conceptos, técnicas, métodos y procedimientos. Y estableceremos relaciones con otros módulos del ciclo.
- ⇒ Enseñaremos a **sistematizar** los procesos de trabajo permitiendo mayor agilidad en la realización de las tareas.
- ⇒ Estableceremos las condiciones apropiadas para **trabajar en grupo**, a los efectos de propiciar la iniciativa del alumnado en el proceso de autoaprendizaje.
- ⇒ Siempre que sea posible utilizaremos los **medios informáticos** como herramienta de trabajo.
- ⇒ **Motivaremos** al alumno para fomentar en el aula un adecuado clima de trabajo.
- ⇒ Los materiales y **documentos** sobre el mundo empresarial estarán actualizados.
- ⇒ Utilización de tecnologías de la información y de la comunicación.

4.2. Líneas de actuación en el proceso de enseñanza-aprendizaje

De acuerdo con lo dispuesto en el Real Decreto 1631/2009, en el módulo de Comunicación empresarial y atención al cliente, las líneas de actuación en el proceso de 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 ésta.
- ⇒ La utilización de equipos de telefonía e 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.
- ⇒ El apoyo administrativo a los departamentos de Atención al Cliente y Marketing.
- ⇒ La atención y tramitación de consultas y reclamaciones.
- ⇒ El seguimiento de clientes y control del servicio post-venta.

4.3. Materiales y recursos didácticos

- ⇒ Libro de texto: English for communications. Ed. Macmillan
- ⇒ Libro de texto digital: English for communications. Ed. Macmillan.
- ⇒ Material didáctico adicional facilitado por la profesora.
- ⇒ Cuaderno del alumno: hojas sin líneas ni cuadros.
- ⇒ Aula de teoría y aula de informática
- ⇒ Proyector
- ⇒ Aula virtual (moodle)

4.4. Actividades extraescolares

El departamento de administración ha planificado la realización de las siguientes actividades extraescolares:

a) Relacionadas directamente con el módulo de Operaciones administrativas de recursos humanos:

- ⇒ Visita a la Oficina Principal de Correos de Alicante.
- ⇒ Visita al centro de tratamiento automático de Correos.
- ⇒ Visita al Archivo Histórico Provincial de Alicante.
- ⇒ Visita del archivo de la Diputación de Alicante.
- ⇒ Oficina Municipal de Atención al Consumidor (OMIC).
- ⇒ Visita al Sindic de Greuges.
- ⇒ Intercambio lingüístico en Canada Cupcake Café
- ⇒ Visita al departamento de reprografía del Ayuntamiento de Alicante.
- ⇒ Actividades y jornadas organizadas por la Cámara de Comercio de Alicante.
- ⇒ Actividades y jornadas organizadas por el CEEI.
- ⇒ Actividades y jornadas organizadas por el Centro de Emprendedores de Alicante.

b) Relacionadas con el ciclo formativo de Gestión Administrativa:

- ⇒ Charla sobre las diferentes formas jurídicas de empresa.
- ⇒ Visita al parque tecnológico de Elche y el vivero de empresas.
- ⇒ Visita al Museo de la Volvo Ocean Race y la Race Village.
- ⇒ Gestión de un organismo público y privado: visita a la plaza de toros de Alicante.
- ⇒ Visita al Instituto Nacional de la Seguridad Social.
- ⇒ Aquellas actividades relacionadas con el ciclo formativo de Gestión Administrativa que surjan a lo largo del curso académico y que puedan resultar de interés para los alumnos.

5. EVALUACIÓN

5.1. Procedimientos

La instrucción once de la Resolución de 29 de junio de 2018, del secretario autonómico de Educación e Investigación, por la que se dictan instrucciones sobre

ordenación académica y de organización de la actividad docente de los centros de la Comunidad Valenciana que durante el curso 2018-2019 impartan ciclos de Formación Profesional básica, de grado medio y grado superior, dispone:

1. Se estará a lo dispuesto en la **Orden 79/2010, de 27 de agosto, de la Conselleria de Educación**, por la que se regula la evaluación del alumnado de los ciclos formativos de Formación Profesional del sistema educativo en el ámbito territorial de la Comunidad Valenciana.
2. La evaluación del aprendizaje del alumnado de los ciclos formativos se realizará por módulos profesionales. La evaluación de las enseñanzas de formación profesional inicial será continua y tendrá en cuenta el progreso del alumno respecto a la formación adquirida en los distintos módulos que componen el ciclo formativo correspondiente.
Los procesos de evaluación se adecuarán a las adaptaciones metodológicas de las que haya podido ser objeto el **alumnado con diversidad funcional** y se garantizará su accesibilidad a las pruebas de evaluación.
La evaluación se realizará tomando como referencia los **resultados de aprendizaje** y los **criterios de evaluación** de los módulos profesionales, así como los objetivos generales del ciclo formativo.
La superación del ciclo requerirá la evaluación positiva de todos los módulos que lo componen.
3. La aplicación del proceso de evaluación continua del alumnado requiere su asistencia regular a las clases y actividades programadas para los distintos módulos profesionales del ciclo formativo. Para ello, en régimen presencial, será necesaria la asistencia al menos al 85% de las clases y actividades previstas en cada módulo (**en el presente módulo, con una duración de 160 + 64 = 224 horas, el 15% se alcanzará con 34 faltas**).
Dicha circunstancia deberá ser acreditada y certificada por la jefatura de estudios a partir de los partes de faltas de asistencia comunicadas por el profesorado que imparte docencia. El incumplimiento de dicho requisito supondrá la **pérdida del derecho a la evaluación continua** en el módulo donde no se haya alcanzado la asistencia mínima y podrá suponer la anulación de matrícula por inasistencia.

5.2. Criterios de calificación

Los criterios de calificación a aplicar serán los siguientes:

a) Ponderaciones:

- ⇒ 30% Pruebas de control durante la evaluación
- ⇒ 70% Nota de clase: presentación de trabajos, realización de actividades.
 - 30% Asistencia, comportamiento, actitud y participación.
 - 70% Realización de actividades y presentación de trabajos.

La ponderación anterior se aplicará siempre y cuando el alumno haya obtenido una calificación mínima de 5 puntos en cada una de las partes. En caso contrario, la calificación máxima será de 4.

Con la finalidad de aplicar y afianzar los contenidos teóricos del módulo, el alumno realizará, en la tercera evaluación, una exposición oral sobre un tema elegido por él. La exposición oral representará el 50% de la calificación de la tercera evaluación.

La ponderación anterior se aplicará siempre y cuando el alumno haya obtenido una calificación mínima de 5 puntos en cada una de las partes. En caso contrario, la calificación máxima será de 4.

b) En las pruebas escritas:

- ⇒ Cada error gráfico restará 0,2 puntos de la nota final de la prueba y 4 tildes equivaldrán a un error gráfico. La penalización máxima será de 2,5 puntos.
- ⇒ La inadecuada presentación (márgenes, limpieza del documento,...) restará hasta 0,5 puntos en cada prueba escrita.

c) Faltas de asistencia:

- ⇒ De acuerdo con lo establecido en el RRI, las faltas se justificarán en los 3 días siguientes a la reincorporación del alumno a las clases.
- ⇒ De acuerdo con lo dispuesto en las instrucciones de inicio de curso, el alumno que supere el 15% de faltas de asistencia (justificadas o injustificadas) perderá el derecho a evaluación continua, 34 faltas en el caso del módulo de Comunicación Empresarial y Atención al Cliente.
- ⇒ Faltas de asistencia a pruebas escritas deberán ser justificadas adecuadamente mediante el correspondiente certificado para poder ser realizadas en un momento posterior.

d) Presentación de actividades y trabajos

Las actividades deberán presentarse en la fecha indicada, no se admitirán con posterioridad.

En casos excepcionales y debidamente justificados, se admitirá la presentación fuera de plazo con la correspondiente penalización.

5.3. Criterios de recuperación

El alumno que no obtenga una calificación igual o superior a 5 podrá recuperar la evaluación en **junio**. La recuperación tendrá dos partes:

- ✚ Presentación, con anterioridad a la realización de la prueba escrita, de todos los ejercicios realizados en clase en la correspondiente evaluación.
- ✚ Prueba escrita sobre contenidos teóricos. Para la realización de la prueba escrita es imprescindible la presentación de los ejercicios del punto anterior.

El alumno que no obtenga una calificación igual o superior a 5 en la convocatoria ordinaria, podrá recuperar la evaluación en la **convocatoria extraordinaria**. La recuperación tendrá dos partes:

- ✚ Prueba escrita sobre contenidos teóricos.
- ✚ Presentación, con anterioridad a la realización de la prueba escrita, de todos los ejercicios recogidos en el **programa de recuperación** facilitado por la profesora en el mes de junio.

La **calificación máxima** que se podrá obtener en las recuperaciones ordinarias y extraordinaria es de 6.

6. EDUCACIÓN EN VALORES (Temas transversales)

El desarrollo de actitudes y hábitos en los alumnos se hará tomando en consideración un conjunto de temas relacionados con los diferentes aspectos generales o particulares de su vida personal y social. Estos temas, denominados temas transversales, son temas que sin pertenecer a un módulo concreto, están presentes de manera global en los objetivos generales, integrándose en los contenidos de diferentes módulos. Para el módulo profesional de **Comunicación empresarial y atención al cliente** los temas transversales que adquieren una mayor significación son:

la educación moral y cívica, la educación para la igualdad de oportunidades entre sexos y la educación para la salud.

Se hará especial hincapié en que el alumno adquiera una actitud no sexista en la empresa, para ello será necesario que dicha actitud se aprenda y desarrolle en el propio centro.

El alumno ha de ser capaz de mantener una actitud de diálogo, solidaridad y de buena convivencia con los compañeros, profesores y el resto de personal del centro educativo. Así como cuidar los recursos que utiliza (instalaciones, equipos, biblioteca,...) evitando costes innecesarios y perjuicios medioambientales.

La seguridad y salud laboral es un componente inseparable del trabajo. Centraremos esfuerzos para que el alumno conozca y adquiera hábitos saludables en su puesto de trabajo, encontrándose entre ellos los hábitos posturales y ergonómicos adecuados a la tarea que van a desarrollar en su puesto de trabajo, principalmente en oficinas.

7. ALUMNADO CON NECESIDADES EDUCATIVAS ESPECIALES

Se estará a lo dispuesto en la **Orden de 14 de marzo de 2005**, de la Conselleria de Cultura, Educación y Deporte, por la que se regula la atención al alumnado con necesidades educativas especiales escolarizado en centros que imparten educación secundaria.

8. PROGRAMA DE FOMENTO DE LA LECTURA

Se actuará de acuerdo con las directrices del Programa de Fomento de la Lectura implementado en el centro.

9. NORMATIVA

- ⇒ **Real Decreto 1631/2009**, de 30 de octubre, por el que se establece el título de Técnico en Gestión Administrativa y se fijan sus enseñanzas mínimas.
- ⇒ **Orden 37/2012**, de 22 de junio, de la Conselleria de Educación, Formación y Empleo, por la que se establece para la Comunidad Valenciana el currículo del ciclo formativo de grado medio correspondiente al título de Técnico en Gestión Administrativa.
- ⇒ **Real Decreto 1147/2011**, de 29 de julio, por el que se establece la ordenación general de la formación profesional en el sistema educativo.
- ⇒ **Resolución de 29 de junio de 2018**, del secretario autonómico de Educación e Investigación, por la que se dictan instrucciones sobre *ordenación académica y de organización de la actividad docente de los centros de la Comunidad Valenciana que durante el curso 2018-2019 impartan ciclos de Formación Profesional básica, de grado medio y grado superior*
- ⇒ **Orden de 14 de marzo de 2005**, de la Conselleria de Cultura, Educación y Deporte, por la que se regula la atención al alumnado con necesidades educativas especiales escolarizado en centros que imparten educación secundaria.