



IES MURGI

Avda. Príncipes de España,17 · 04700 El Ejido (Almería)
www.iesmurgi.org e-mail: 04004826.edu@juntadeandalucia.es



DOCUMENTO DE INFORMACIÓN A ALUMNADO Y FAMILIAS

Familia Profesional:	ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN
Ciclo:	C.F. G.M. GESTIÓN ADMINISTRATIVA
Módulo:	COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE (CEAC)
Curso:	2020/2021

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

R.A.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.

R.A.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 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.

R.A.3. Transmite información escrita, aplicando las técnicas de estilo a diferentes tipos de documentos 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.
- 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).

R.A.4. Archiva información en soporte papel informático, reconociendo los criterios de eficiencia y ahorro en los trámites administrativos.

- 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).

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

- 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.

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

- 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.
- 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.

R.A.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.

R.A.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.

CONTENIDOS:

1. La empresa como sistema organizado
2. La comunicación y las empresas
3. La comunicación presencial
4. La comunicación no presencial
5. Comunicación escrita
6. Las cartas comerciales
7. Tratamiento de la correspondencia
8. La comunicación digital en la empresa
9. Organización y archivo de documentos
10. Calidad en la atención al cliente
11. El consumidor y las reclamaciones
12. El marketing y la imagen de marca

METODOLOGÍA:

La metodología general que se va a aplicar en el desarrollo del proceso de enseñanza-aprendizaje va a ser activa y participativa, potenciándose la capacidad crítica y de razonamiento de los alumnos. El desarrollo de las sesiones formativas será guiado por el profesor, que para su labor habrá entregado previamente a los alumnos, los medios y recursos que considere necesarios (apuntes, y supuestos prácticos, principalmente, así como cuadros resumen de los contenidos más amplios) y por el mayor número de medios posibles (ya sean fotocopiados, en soporte informático o de descarga directa desde internet, etc.). El fin de estos usos será, en todo caso, que el alumno observe que los contenidos formativos tienen reflejo en la realidad, y el fomentar el uso de las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (T.I.C.).

En todo caso, deben ser las propias actividades de enseñanza-aprendizaje las que seleccionen la estrategia didáctica más adecuada, distinguiéndose a lo largo del proceso distintos tipos de actividades.

Nunca se perderá como referente en el desarrollo del proceso, el hecho de que la metodología debe ser participativa, potenciándose la capacidad crítica y de razonamiento de los alumnos. En todo caso, se basarán en la comprensión de los recursos facilitados previamente, que serán complementados con las exposiciones por parte del profesor en el aula. En la medida de lo posible se consultarán páginas web, artículos publicados relacionados con cada uno de los temas donde se presente un aspecto concreto, a fin de mostrar al alumno que lo aprendido no es algo separado de la realidad y, sobre todo, que tendrán su espacio dentro de la realidad de la propia futura aplicación laboral pretendida.

Los **recursos didácticos** que se utilizarán son los siguientes:

- Equipos informáticos.
- Impresoras.
- Pizarra.
- Software de las aplicaciones a utilizar.
- Documentos relacionados con los contenidos.
- Proyector multimedia.
- Páginas web.
- Artículos de prensa (periódicos, revistas especializadas...).
- Libro recomendado: Comunicación Empresarial y Atención al Cliente. Editorial: EDITEX. 978-84-9078-998-8.
- Ejercicios prácticos propuestos por el profesor de otros libros de consulta (Comunicación Empresarial y Atención al Cliente de la editorial: Mc-Graw-Hill, Mac- Millan, y Algaida).

Metodología en la modalidad semipresencial:

El Centro IES Murgi ha adoptado la modalidad semipresencial con asistencia en días alternos del alumnado, si debido a la pandemia motivada por el COVID-19, uno o varios de los grupos del 1º curso de Gestión Administrativa tuviera que dividirse en subgrupos para así poder garantizar las medidas de prevención. En tal circunstancia, la metodología se adaptaría a dicha situación utilizando recursos TIC. Dichos recursos son los siguientes:

- Plataforma MOODLE.
- Correo electrónico.
- Otras herramientas tecnológicas: Google Meet, Classrom, Hangouts, Youtube o cualquier otra que sirva para dar una completa atención al alumnado.

Igualmente se utilizarán los mencionados recursos en el caso de que se produjera un confinamiento de todo o parte del alumnado y/o profesorado.

En dichas circunstancias los alumnos recibirán en todo momento, el apoyo necesario por parte del profesor para una mejor consecución de los objetivos marcados.

PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN COMUNES A LAS ENSEÑANZAS DE FP INICIAL:

Los criterios de evaluación están expuestos al principio de este documento asociados cada uno a su resultado de aprendizaje.

Procedimientos de Evaluación comunes en Ciclos Formativos			
Técnicas de evaluación	Técnicas basadas en la observación Técnicas orales Técnicas escritas Técnicas basadas en ejecución práctica		
Niveles	Criterios de calificación	100%	Nº de registros por alumno
<input type="checkbox"/> FPB <input checked="" type="checkbox"/> CFGM <input type="checkbox"/> CFGS	<input checked="" type="checkbox"/> Trabajo del alumno <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> Tareas en casa <input checked="" type="checkbox"/> Corrección de tareas <input checked="" type="checkbox"/> Rendimiento en clase <input checked="" type="checkbox"/> Actividades de autoevaluación <input checked="" type="checkbox"/> Actividades de evaluación entre iguales <input checked="" type="checkbox"/> Actividades de atención a la diversidad <input checked="" type="checkbox"/> Cuaderno de clase <input checked="" type="checkbox"/> Utilización de las TIC <input checked="" type="checkbox"/> Trabajos <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Proyectos <input type="checkbox"/> Monografías <input checked="" type="checkbox"/> Exposiciones orales 	30%	<input type="checkbox"/> Al menos uno por UT <input type="checkbox"/> Al menos uno por trimestre. <input checked="" type="checkbox"/> Tantos como sea posible
	<input checked="" type="checkbox"/> Prácticas en aula <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> Individual <input checked="" type="checkbox"/> Grupo <input type="checkbox"/> Portfolio <input checked="" type="checkbox"/> Preguntas orales		Instrumentos de recogida
	<input checked="" type="checkbox"/> Exámenes <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> Escritos <input checked="" type="checkbox"/> Prácticos <input checked="" type="checkbox"/> Orales 	70%	<input checked="" type="checkbox"/> Cuaderno del Profesor. (En papel o digital) <input type="checkbox"/> Agenda, Anecdotario, diario.

Obtención de la nota de cada evaluación.

La ponderación será la siguiente:

A) Pruebas específicas individuales (teóricas y/o prácticas): 70%

Para calcular la media aritmética todos los controles han de tener una calificación igual o superior a 5 sobre 10.

B) Actividades prácticas evaluables y trabajo individual realizado por el alumno: actividades realizadas en clase individualmente, participación en la corrección de las actividades en el aula, comportamiento en clase, puntualidad, creatividad a la hora de resolver las cuestiones propuestas, realización de actividades voluntarias o de profundización, etc.: 30%.

Para aprobar una evaluación el alumno habrá tenido que obtener una nota igual o superior a 5 en

cada uno de los dos apartados A) y B) por separado.

Se realizarán tres evaluaciones parciales, así como controles periódicos con el fin de eliminar materia de la prueba de evaluación. El alumno que no supere uno o varios de estos controles se examinará de la materia correspondiente en la prueba de evaluación trimestral. Si el alumno aprueba el control no tendrá que examinarse de esos contenidos en la prueba de evaluación, pero si suspende en la prueba de evaluación el resto de los contenidos correspondientes a dicha evaluación, el alumno tendrá que realizar una prueba de todos los contenidos correspondientes a dicha evaluación.

Los alumnos/as que no se presenten a un control por cualquier causa, incluida enfermedad, no se le hará prueba aparte, pues podrá recuperar con posterioridad en la prueba de evaluación trimestral y, en su caso, en la evaluación final de junio.

Se realizará una prueba escrita de recuperación por cada evaluación a aquellos alumnos/as que no hayan superado dicha evaluación.

Obtención de la nota de final del módulo.

La nota final del módulo se obtendrá de la media aritmética de las tres evaluaciones parciales, siempre y cuando las evaluaciones tengan una nota igual o superior a 5 puntos. El alumnado que no haya superado el módulo en las evaluaciones parciales o desee mejorar los resultados obtenidos, deberá de asistir a clase y continuar con las actividades lectivas de recuperación, hasta la fecha de finalización del régimen ordinario de clases.

GARANTÍAS DE OBJETIVIDAD

- Información sobre calendario y contenidos de las distintas pruebas. Los alumnos estarán en todo momento informados de los contenidos de las pruebas, las fechas de realización y la valoración de cada una de sus preguntas.
- Las pruebas escritas, se mostrarán al alumno una vez corregidas y puntuadas pudiendo ser comentadas para que este compruebe sus errores. Una vez vistos los exámenes el profesor los guardara durante el plazo reglamentario. Los alumnos tendrán derecho a revisar su examen junto al profesor de forma individual.
- Las fichas o trabajos escritos de prácticas serán evaluados y puntuados por el profesor y devueltos a los alumnos.

LAS PROFESORAS:

Guevara Teruel, Carmen

López Fernández, Encarnación