

Departamento	ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN
Módulo	COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE
Nivel (curso)	1º GRADO MEDIO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA
Código:	0437
Curso:	2023-24
Grupos:	1º GAM OPD Nocturno
Profesores/as	Mª Rosa Córdoba García

A) OBJETIVOS, SECUENCIA Y DISTRIBUCIÓN TEMPORAL DE LOS CONTENIDOS, RESULTADOS DE APRENDIZAJE, CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y RELACIÓN ENTRE COMPETENCIAS, OBJETIVOS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE.

■ Objetivos del módulo

Nos remitimos a la programación del Departamento en cuanto a las líneas generales y comunes a normativa.

Los requerimientos generales de cualificación profesional del sistema productivo para este técnico según **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. (BOE 01-12-2009), recogidos también en la **ORDEN de 21 de febrero de 2011**, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico en Gestión Administrativa. (BOJA 18-03-2011), por el que se establecen las enseñanzas correspondientes al Título de Formación Profesional de Técnico en Gestión Administrativa en Andalucía, perteneciente a la familia profesional de Administración y Gestión, y cuya **competencia profesional** 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.

Por lo que, en su diseño, se ha fijado como uno de los módulos a cursar el de **“Comunicación empresarial y atención al cliente”**, que se imparte en **primer curso** del título de Técnico en Gestión Administrativa con un total de **160 horas en tres trimestres, repartidas en 5 horas a la semana.**

Las nuevas tecnologías, la innovación en los productos, la organización flexible, suponen que el trabajo profesional está sujeto a una transformación continua con nuevos métodos y formas de trabajo, lo cual presenta consecuencias importantes para la cualificación y competencia de dichos trabajadores y para su formación.

El trabajo en el centro educativo tiene como fin último dotar, de las **competencias profesionales, personales y sociales**, a los alumnos en el sentido de “posesión y desarrollo de conocimientos, destrezas y actitudes para realizar con éxito la cualificación profesional propia del



Técnico en Gestión Administrativa en diferentes situaciones de trabajo, de forma autónoma y responsable en su área profesional.

La formación del módulo de Comunicación Empresarial y Atención al Cliente contribuye a alcanzar los objetivos generales de este ciclo formativo que se relacionan a continuación, enunciados en el artículo 3 de la Orden, **contribuyendo a alcanzar este módulo los que se detallan a continuación:**

OBJETIVOS GENERALES DEL MÓDULO	
a)	Analizar el flujo de información y la tipología y finalidad de los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa, para tramitarlos.
b)	Analizar los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa, reconociendo su estructura, elementos y características para elaborarlos.
d)	Analizar las posibilidades de las aplicaciones y equipos informáticos, relacionándolas con su empleo más eficaz en el tratamiento de la información para elaborar documentos y comunicaciones.
e)	Realizar documentos y comunicaciones en el formato característico y con las condiciones de calidad correspondiente, aplicando las técnicas de tratamiento de la información en su elaboración.
f)	Analizar y elegir los sistemas y técnicas de preservación de comunicaciones y documentos adecuados a cada caso, aplicándolas de forma manual e informática para clasificarlos, registrarlos y archivarlos.
ñ)	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.

■ **Competencias PPS.**

La formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias profesionales, personales y sociales de este título que se relacionan a continuación:

- a) Tramitar documentos o comunicaciones internas o externas en los circuitos de información de la empresa.
- b) Elaborar documentos y comunicaciones a partir de órdenes recibidas o información obtenida.
- c) Clasificar, registrar y archivar comunicaciones y documentos según las técnicas apropiadas y los parámetros establecidos en la empresa.
- 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.

■ **Resultados de aprendizaje:**

En el ámbito educativo lo que se persigue alcanzar, fundamentalmente, son resultados de aprendizaje; **esto es, habilidades, destrezas y conocimientos que se predicen del sujeto**. Se definen por el conjunto de saberes que ha de construir y organizar en sus esquemas de conocimiento, las habilidades cognitivas y destrezas motrices que deberá activar en sus actuaciones, así como las actitudes que es necesario ir inculcando y desarrollando en el alumnado.

Estos RA tienen una diferente ponderación según las horas lectivas aplicadas a los contenidos y la importancia del mismo aplicado al módulo de Comunicación Empresarial y Atención al Cliente. Las ponderaciones son las siguientes:

RESULTADOS DE APRENDIZAJE DEL MÓDULO COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE	Ponderación
1. RA. 1. Selecciona técnicas de comunicación, relacionándolas con la estructura e imagen de la empresa y los flujos de información existentes en ella.	5%
2. RA. 2. Transmite información de forma oral, vinculándola a los usos y costumbres socioprofesionales habituales en la empresa.	20%
3. RA. 3. Transmite información escrita, aplicando las técnicas de estilo a diferentes tipos de documentos propios de la empresa y de la Administración Pública.	25%
4. RA. 4. Archiva información en soporte papel e informático, reconociendo los criterios de eficiencia y ahorro en los trámites administrativos.	12%
5. RA. 5. Reconoce necesidades de posibles clientes aplicando técnicas de comunicación.	5%
6. RA. 6. Atiende consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes aplicando la normativa vigente en materia de consumo.	15%
7. RA. 7. Potencia la imagen de empresa reconociendo y aplicando los elementos y herramientas del marketing.	10%



8. RA. 8. Aplica procedimientos de calidad en la atención al cliente identificando los estándares establecidos.

8%

Tenemos así, unidas las unidades de trabajo, las competencias PPS, los objetivos y los resultados de aprendizaje relacionados en la siguiente tabla:

COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES TRABAJADAS EN LAS UNIDADES DE TRABAJO Y OBJETIVOS A ALCANZAR			
UNIDAD DE TRABAJO	COMPETENCIAS PPS	OBJETIVOS	RESULTADO DE APRENDIZAJE
UT 1. EMPRESA Y COMUNICACIÓN.	a), p) ,q) y r)	a)	RA1
UT 2. LA COMUNICACIÓN PRESENCIAL.	a) e i)	ñ)	RA 2
UT 3. COMUNICACIÓN TELEFÓNICA.	a) y m)	ñ)	RA 2
UT 4. COMUNICACIONES ESCRITAS.	a), b) y m)	b), d), e) y ñ)	RA 3
UT 5. EL TRATAMIENTO DE LA CORRESPONDENCIA Y LA PAQUETERÍA.	a), c) y m)	d) y ñ)	RA 3
UT 6. ARCHIVO Y CLASIFICACIÓN DE DOCUMENTOS.	c)	d) y f)	RA 4
UT 7. DETECCIÓN DE LAS NECESIDADES DEL CLIENTE Y DE SU SATISFACCIÓN.	i)	d)	RA 5 y RA 8
UT 8. ATENCIÓN DE QUEJAS Y RECLAMACIONES.	a) e i)	d), e) y ñ)	RA 6
UT 9. POTENCIACIÓN DE LA IMAGEN EMPRESARIAL.	i), m), p), q) y r)	d) y ñ)	RA 7

DESARROLLO Y DISTRIBUCIÓN DE LOS CONTENIDOS POR UNIDADES DIDÁCTICAS.

Los contenidos, objetivos y realizaciones, establecidos por la normativa legal, se han desarrollado en nueve unidades didácticas y se han distribuido de la siguiente forma:

■ Desarrollo de contenidos:

Los contenidos del presente módulo se impartirán a través de las evaluaciones del curso y que se repartirán de la siguiente manera:

Contenidos (SECUENCIACIÓN) 1º TRIM	Resultados de aprendizaje y Pesos %	Criterios evaluación	% CE
<p>UNIDAD 1. (22 HORAS)</p> <p>Empresa y Comunicación.</p> <ol style="list-style-type: none"> La empresa y su organización. La información en la empresa. Organigramas Información de la empresa El proceso de comunicación. La comunicación interna en la empresa. Comunicación externa Comunicación efectiva Barreras de la comunicación 	<p>RA 1. Selecciona técnicas de comunicación, relacionándolas con la estructura e imagen de la empresa y los flujos de información existentes en ella.</p> <p>Peso: 5%</p>	<ol style="list-style-type: none"> Se ha reconocido la necesidad de comunicación entre las personas. Se ha distinguido entre comunicación e información. Se han distinguido los elementos y procesos que intervienen en la comunicación. Se han reconocido los obstáculos que pueden existir en un proceso de comunicación. Se ha determinado la mejor forma y actitud a la hora de presentar el mensaje. Se han identificado los conceptos de imagen y cultura de la empresa. Se han diferenciado los tipos de organizaciones y su organigrama funcional. Se han distinguido las comunicaciones internas y externas y los flujos de información dentro de la empresa. Se ha seleccionado el destinatario y el canal adecuado para cada situación. 	<p>10%</p> <p>10%</p> <p>15%</p> <p>10%</p> <p>10%</p> <p>10%</p> <p>10%</p> <p>15%</p> <p>15%</p>
<p>UNIDAD 2: (23 HORAS)</p> <p>La comunicación presencial.</p> <ol style="list-style-type: none"> La comunicación oral. <ol style="list-style-type: none"> Criterios de calidad en la comunicación presencial. Elaboración del mensaje. Situaciones y técnicas de la comunicación presencial. 	<p>RA 2. Transmite información de forma oral, vinculándola a los usos y costumbres socioprofesionales habituales en la empresa.</p> <p>Peso: 20%</p>	<ol style="list-style-type: none"> Se han identificado los principios básicos a tener en cuenta en la comunicación verbal. Se ha identificado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales. Se han tenido en cuenta las costumbres socioculturales y los usos empresariales. Se ha identificado al interlocutor, observando las debidas normas de protocolo, adaptando su actitud y conversación a la situación de la que se parte. Se ha elaborado el mensaje verbal, de manera concreta y precisa, valorando las posibles dificultades en su transmisión. 	<p>15%</p> <p>5%</p> <p>5%</p> <p>15%</p> <p>10%</p>

<p>5. Comunicación en la recepción de visitas. 6. Habilidades sociales. 7. Normas de protocolo en la empresa 8. Comunicación no verbal.</p>		<p>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.</p>	<p>10% 10%</p>
<p>UNIDAD 3. (24 HORAS). Comunicación telefónica. 1. El proceso de comunicación telefónica. 2. Los equipos y medios más habituales en las comunicaciones telefónicas. 3. Expresión verbal y no verbal al teléfono. 4. Protocolo en las llamadas telefónicas. 5. Centrales telefónicas 6. Equipos y medios de comunicación telefónicas. 7. Informática en las comunicaciones verbales.</p>		<p>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.</p>	<p>10% 15% 10%</p>
<p>Contenidos (SECUENCIACIÓN) 2º TRIM</p>	<p>Resultados de aprendizaje</p>	<p>Criterios evaluación</p>	<p>% CE</p>
<p>UNIDAD 4. (30 HORAS) Comunicaciones escritas 1. La comunicación escrita. 2. Normas de redacción de documentos.</p>	<p>RA 3. Transmite información escrita, aplicando las técnicas de estilo a diferentes tipos de documentos propios de la</p>	<p>a) Se han identificado los soportes para elaborar y transmitir los documentos: tipo de papel, sobres y otros. Observación directa. b) Se han identificado los canales de transmisión: correo convencional, correo electrónico, fax, mensajes cortos o similares.</p>	<p>10% 5% 10%</p>

<p>3. Documentos de comunicación interna. 4. Documentos de comunicación externa. 5. Soportes de los documentos. 6. Canales de transmisión escrita de la información. 7. Herramientas de búsqueda de la información. 8. Aplicaciones informáticas de procesadores de textos.</p>	<p>empresa y de la Administración Pública.</p> <p>PESO: 25%</p>	<p>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.</p>	<p>5% 10% 25% 5% 10%</p>
<p>UNIDAD 5. (12 HORAS)</p> <p>El tratamiento de la correspondencia y paquetería</p> <p>1. La circulación de la correspondencia 2. Correspondencia de entrada. 3. Correspondencia de salida. 4. Procedimientos de la administración pública. 5. Servicios de correos 6. Compañías de mensajería. 7. Medios telemáticos. 8. Normas de seguridad y confidencialidad.</p>	<p>RA 3. Transmite información escrita, aplicando las técnicas de estilo a diferentes tipos de documentos propios de la empresa y de la Administración Pública.</p> <p>PESO: 25%</p>	<p>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).</p>	<p>10% 5% 5%</p>
<p>UNIDAD 6: (13 HORAS)</p> <p>Archivo y clasificación de documentos</p> <p>1. El archivo: concepto y finalidad. 2. Tipos de archivos empresariales.</p>	<p>RA 4. Archiva información en soporte papel e informático, reconociendo los criterios de eficiencia y ahorro en los trámites</p>	<p>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</p>	<p>10% 20%</p>

<p>3. Sistemas de clasificación de documentos.</p> <p>4. Archivo de documentos en formato papel.</p> <p>5. Archivo informático de datos.</p> <p>6. Soportes y materiales de archivo.</p> <p>7. La protección de la información: La Ley Orgánica de Protección de Datos (LOPD)</p>	<p>administrativos.</p> <p>PESO: 12%</p>	<p>habituales de registro, clasificación y distribución de la información en las organizaciones.</p> <p>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. 10%</p> <p>d) Se han identificado las principales bases de datos de las organizaciones, su estructura y funciones. 15%</p> <p>e) Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiados al tipo de documentos. 5%</p> <p>f) Se han realizado árboles de archivos informáticos para ordenar la documentación digital. 5%</p> <p>g) Se han aplicado las técnicas de archivo en los intercambios de información telemática (intranet, extranet, correo electrónico). 10%</p> <p>h) Se han reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación y detectado los errores que pudieran producirse en él. 10%</p> <p>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. 5%</p> <p>j) Se han aplicado, en la elaboración y archivo de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).</p>	<p>10%</p> <p>10%</p> <p>15%</p> <p>5%</p> <p>5%</p> <p>10%</p> <p>10%</p> <p>5%</p>
<p>Contenidos (SECUENCIACIÓN) 3º TRIM</p>	<p>Resultados de aprendizaje</p>	<p>Criterios evaluación</p>	<p>% CE</p>

<p>UNIDAD 7 (10 HORAS)</p> <p>Detección de las necesidades del cliente y de su satisfacción.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. El cliente y su importancia para la empresa. 2. Las motivaciones del cliente y el proceso de compra. 3. Elementos de la atención al cliente. 4. El departamento de atención al cliente. 5. Comunicación y asesoramiento en la atención al cliente. 6. Satisfacción y calidad. 7. Evaluación del servicio y fidelización del cliente. 	<p>RA 5. Reconoce necesidades de posibles clientes aplicando técnicas de comunicación.</p> <p>PESO: 5 %</p>	<p>a) Se han desarrollado técnicas de comunicación y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente en situaciones de atención/asesoramiento al mismo.</p> <p>b) Se han identificado las fases que componen el proceso de atención al cliente/consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación.</p> <p>c) Se han reconocido los errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente.</p> <p>d) Se ha identificado el comportamiento del cliente.</p> <p>e) Se han analizado las motivaciones de compra o demanda de un servicio del cliente.</p> <p>f) Se ha obtenido, en su caso, la información histórica del cliente.</p> <p>g) Se ha adaptado adecuadamente la actitud y discurso a la situación de la que se parte.</p> <p>h) Se ha observado la forma y actitud adecuadas en la atención y asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado.</p> <p>i) Se han distinguido las distintas etapas de un proceso comunicativo.</p>	<p>15%</p> <p>20%</p> <p>10%</p> <p>5%</p> <p>15%</p> <p>5%</p> <p>10%</p> <p>10%</p> <p>10%</p>
---	---	--	--

<p>UNIDAD 7 (10 HORAS)</p> <p>Detección de las necesidades del cliente y de su satisfacción.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. El cliente y su importancia para la empresa. 2. Las motivaciones del cliente. 3. El proceso de compra. 4. Elementos de la atención al cliente. 5. El departamento de atención al cliente. 6. Comunicación y asesoramiento en la atención al cliente. 7. Satisfacción y calidad. 8. Evaluación del servicio y fidelización del cliente. 	<p>RA 8. Aplica procedimientos de calidad en la atención al cliente identificando los estándares establecidos.</p> <p>PESO: 8 %</p>	<p>a) Se han identificado los factores que influyen en la prestación del servicio al cliente. 20%</p> <p>b) Se han descrito las fases del procedimiento de relación con los clientes. 10%</p> <p>c) Se han descrito los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio. 10%</p> <p>d) Se ha valorado la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos. 5%</p> <p>e) Se han detectado los errores producidos en la prestación del servicio. 5%</p> <p>f) Se ha aplicado el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas. 5%</p> <p>g) Se ha explicado el significado e importancia del servicio post- venta en los procesos comerciales. 5%</p> <p>h) Se han definido las variables constitutivas del servicio post- venta y su relación con la fidelización del cliente. 10%</p> <p>i) Se han identificado las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio post- venta. 15%</p> <p>j) Se han descrito los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio post- venta, así como sus fases y herramientas. 15%</p>	
<p>UNIDAD 8 . (10 HORAS).</p> <p>Atención de quejas y reclamaciones</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Valoración de la atención recibida. 2. Consumidor y su protección 3. Consumidor y administración 4. Reclamaciones 5. Gestión empresarial de las reclamaciones.. 6. Resolución de una reclamación ante la Administración. 	<p>RA 6. Atiende consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes aplicando la normativa vigente en materia de consumo.</p> <p>PESO: 15%</p>	<p>a) Se han descrito las funciones del departamento de atención al cliente en empresas. 10%</p> <p>b) Se ha interpretado la comunicación recibida por parte del cliente. 5%</p> <p>c) Se han identificado los elementos de la queja/reclamación. 20%</p> <p>d) Se han reconocido las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/reclamaciones. 15%</p> <p>e) Se ha identificado y localizado la información que hay que suministrar al cliente. 5%</p> <p>f) Se han utilizado los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones 10%</p> <p>g) Se ha cumplimentado, en su caso, un escrito de respuesta utilizando medios electrónicos u otros canales de comunicación. 10%</p> <p>h) Se ha reconocido la importancia de la protección del consumidor. 10%</p> <p>i) Se ha identificado la normativa en materia de consumo. 10%</p>	

		j) Se han diferenciado los tipos de demanda o reclamación.	5%
<p>UNIDAD 9. (6 HORAS)</p> <p>Potenciación de la imagen empresarial</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. La función comercial de la empresa. 2. Marketing: concepto y niveles de desarrollo. 3. Implantación del plan de marketing. 4. El producto y sus estrategias. 5. El precio y sus estrategias. 6. El acercamiento físico al cliente. 7. Estrategias de comunicación con el cliente. 8. Imagen y cultura de empresa: responsabilidad social corporativa. 	<p>RA 7. Potencia la imagen de empresa reconociendo y aplicando los elementos y herramientas del marketing.</p> <p>PESO: 10%</p>	<p>a) Se ha identificado el concepto de marketing.</p> <p>b) Se han reconocido las funciones principales del marketing.</p> <p>c) Se ha valorado la importancia del departamento de marketing.</p> <p>d) Se han diferenciado los elementos y herramientas básicos que componen el marketing.</p> <p>e) Se ha valorado la importancia de la imagen corporativa para conseguir los objetivos de la empresa.</p> <p>f) Se ha valorado la importancia de las relaciones públicas y la atención al cliente para la imagen de la empresa.</p> <p>g) Se ha identificado la fidelización del cliente como un objetivo prioritario del marketing.</p>	<p>15%</p> <p>20%</p> <p>10%</p> <p>20%</p> <p>10%</p> <p>10%</p> <p>15%</p>

*Todos los contenidos de cada unidad Didáctica coinciden o se incluyen los contenidos mínimos/ básicos que menciona la Ley.

La temporalización de la materia, según las unidades didácticas se muestra en la siguiente tabla:

UNIDADES	TITULO	RA	%	HORAS	DURACION	TRIMESTRE
U. 1	Empresa y Comunicación	RA1	5%	18 h	3 semanas	1º TRIM. 64 HORAS
U. 2	Comunicación presencial	RA2	20%	20 h	4 semanas	
U. 3	Comunicación telefónica	RA2		20 h	4 semanas	
U. 4	Comunicación escrita	RA3	25%	30 h	5-6 semanas	2º TRIM. 55 HORAS
U. 5	Correspondencia y paquetería	RA3		12 h	2,2 semanas	
U. 6	Archivo y Clasificación	RA4	12%	15 h	3 semanas	3º TRIM. 36 HORAS
U. 7	Necesidades del cliente y Satisfacción	RA5	5%	24 h	2 semanas	
		RA8	8%			



UNIÓN EUROPEA
Fondo Social Europeo
El FSE invierte en tu futuro



U. 8	Atención de quejas y reclamaciones	RA6	15%	11 h	2 semanas	
U. 9	Imagen empresarial	RA7	10%	10 h	2 semanas	
HORAS DEL MÓDULO				160 H		

Calendario 1º OPD nocturno:

CICLO FORMATIVO EN OFERTA PARCIAL DIFERENCIADA

PRIMER CURSO DE CICLOS FORMATIVOS- GAM OPD	
EVALUACIONES-EXÁMENES-FCT	FECHA-PERÍODO
Inicio de curso	15 sep. 23
Evaluación Inicial	16 oct. 23
1ª Evaluación Parcial	20 dic. 23
Entrega de Notas 1ª Evaluación Parcial	22 dic. 23
2ª Evaluación Parcial	20 marzo 24
Entrega de Notas 3ª Evaluación Parcial	22 marzo 24
Clases de Recuperación y Exámenes Final FP	Del 31 mayo al 13 jun. 24 (Exámenes incluidos)
Evaluación Final FP	17 jun. 24
Entrega de Notas Evaluación Final	18 jun. 24
Reclamaciones	19-20 jun.24

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 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, quejas y reclamaciones.
- ✓ El seguimiento de clientes y control del servicio post- venta

Orientaciones pedagógicas.

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.

B) CONTRIBUCIÓN DE LA MATERIA A LA ADQUISICIÓN DE LAS COMPETENCIAS.

Las cualificaciones profesionales completas y unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales incluidas en el título son (resaltamos en azul a las que se contribuye con este módulo):

- 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: Señaladas en azul.
- ✓ 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.**
 - ✓ UC0977_2: Comunicarse en una lengua extranjera con un nivel de usuario independiente en las actividades de gestión administrativa en relación con el cliente.
 - ✓ UC0233_2: Manejar aplicaciones ofimáticas en la gestión de la información y la documentación.
- b) Actividades de gestión administrativa ADG308_2 (RD 107/2008, de 1 de febrero), que comprende las siguientes unidades de competencia:
- ✓ UC0976_2: Realizar las gestiones administrativas del proceso comercial.
 - ✓ UC0979_2: Realizar las gestiones administrativas de tesorería.
 - ✓ UC0980_2: Efectuar las actividades de apoyo administrativo de Recursos Humanos.
 - ✓ UC0981_2: Realizar registros contables.
 - ✓ 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.**

C) TRATAMIENTO DE LOS ELEMENTOS TRANSVERSALES (VALORES).

Según lo establecido en el artículo 40 de la LEA sobre cultura andaluza, el Decreto 327/2010 en su artículo 23.c) y los contenidos para la educación en valores priorizados por el proyecto educativo del Centro, analizados en el apartado de la contextualización, hemos considerado oportuno establecer como prioritario, de igual manera, el fomento de diversos temas transversales.

Por ello y con objeto de proporcionar al alumnado un pleno desarrollo cognitivo, afectivo, social, físico, sensorial así como una educación que desarrolle valores tales como la diversidad, la igualdad de oportunidades, el respeto, y la tolerancia, la calidad de vida personal y del entorno, y el aprendizaje y práctica de habilidades sociales como la autoestima, la asertividad, la empatía y la actitud positiva, principalmente, se impartirá en el presente módulo los siguientes temas transversales:

CONTENIDOS TRANSVERSALES	TRATAMIENTO EN EL AULA	ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS O EXTRAESCOLARES
Educación para la paz y la convivencia	Se fomentará la convivencia y el respeto a los compañeros y compañeras en el trabajo diario.	
Educación para la igualdad	Se trabajará en algunos temas relacionados con los cargos en dentro de los departamentos de comunicación y atención al cliente.	
Educación ambiental y sostenibilidad	En los temas relacionados con la contratación de productos se analizará el uso de medios que eviten un consumo innecesario de recursos.	
Hábitos de vida saludables	Búsqueda de noticias o información en medios de comunicación asesorando sobre este asunto.	
La ética profesional y el respeto a la legalidad	En los temas relacionados con la información en distintos medios de comunicación se analizarán algunas normas que sustenten estas informaciones.	
La cultura emprendedora y el patrimonio andaluz	En los temas en los que se hace necesario el trabajo y/o búsqueda de información y expresión escrita se realizará sobre instituciones y empresas andaluzas	
Fomento de la lectura	Se promoverá la lectura y búsqueda de información en diarios y en revistas relacionadas con el mundo empresarial.	El 23 de abril, día del libro se realizan actividades referidas a la lectura, principalmente al mundo empresarial.
Formación y orientación laboral	Adentrar a los alumno/as en el mundo de la empresa, los mercados y la importancia de dominar las nuevas tecnologías para incorporarse al mundo del trabajo como trabajador.	Transversal con el módulo de FOL

	Para ello se visitarán páginas Web en las que el alumno/a vea las ofertas de empleo y pueda insertar su currículum.	
Fomento de la Cultura Andaluza	Educación en valores, aprendizaje cooperativo, conocimiento de las administraciones locales y autonómicas.	

Teniendo en cuenta la importancia de la impartición en clase de los temas transversales, se intentará en cada una de las unidades que lo requieran, inducir actitudes de responsabilidad, respeto y tolerancia. Se fomentará la participación, cooperación y colaboración, así como la solidaridad.

Además de los temas transversales, **realizaremos actividades concretas referidas a las EFEMÉRIDES propias del Ciclo formativo y del módulo en particular de Comunicación Empresarial, entre las más importantes destacamos:**

- 31 de enero: Día Patrón de la Juventud.
- 28 de febrero: Día de Andalucía
- 15 de abril: Día mundial del Emprendimiento.
- 1 de mayo: Día Mundial del trabajo.
- 9 de mayo: Día de Europa.
- 17 de mayo: Día mundial de las Telecomunicaciones.

D) METODOLOGÍA

La metodología constituye el conjunto de criterios y decisiones que organizan, de forma global, la acción didáctica en el aula.

Nos remitimos a la programación del Departamento en cuanto a las líneas generales y comunes a normativa.

Estrategias metodológicas

La metodología se concreta a través de las estrategias y técnicas didácticas que apuntarán al tipo de actividades que se desarrollarán en el aula, así como al modo de organizarlas o secuenciarlas.

La metodología aplicada deberá ser activa, de manera que el alumnado no sea únicamente receptor pasivo, sino que observe, reflexione, participe, investigue, construya, etc. En este sentido, propiciaremos a través de las actividades el análisis y la elaboración de conclusiones con respecto al trabajo que se está realizando.

Entre la gran diversidad de estrategias y técnicas didácticas que existen destacamos las siguientes:

- Se partirá de los conocimientos previos del alumno, formales o no, para construir el conocimiento la materia.
- Al principio de cada unidad se explicarán los objetivos y las capacidades que tienen que alcanzar para que los relacionen con los contenidos. Justificar el tema.
- La simulación será una herramienta de gran utilidad.
- Se promoverá el trabajo en equipo, buscando favorecer la cooperación y el desarrollo de la responsabilidad en los alumnos.

- Las actividades formativas tendrán como objetivo la funcionalidad y la globalización de los contenidos.
- Se tratará el error como fuente de aprendizaje, teniendo en cuenta que a partir del reconocimiento, análisis y corrección de éste se puede mejorar. En este sentido se explicarán los criterios de corrección para que el alumno aprenda a detectar sus propias carencias y a subsanarlas. Debe aprender a autoevaluarse.

El uso de la TIC como instrumento metodológico clave

Las TIC constituyen un recurso didáctico muy importante en la educación y especialmente en la FP, es por ello que vamos a utilizarlas para facilitar los procesos de enseñanza-aprendizaje, debido a las ventajas que nos ofrecen, entre las que podemos señalar:

- Favorecen la autonomía.
- Aumentan la motivación.
- Proporcionan una formación individualizada.
- Desarrollan la iniciativa.
- Son interdisciplinarios.
- Facilitan el aprendizaje significativo.
- Dan acceso a múltiples recursos educativos.
- Alfabetizan digital y audiovisualmente.
- Favorecen la interacción (aprendizaje cooperativo).

Por otro lado, también podemos destacar las ventajas para el profesorado, como son:

- Fuente de recursos.
- Individualización del proceso de formación, posibilitando una mejor atención a la diversidad.
- Mayor contacto e interacción con el alumnado.
- Son un buen medio de investigación didáctica en el aula.

En esta programación señalamos que las TICs serán clave en el desarrollo del proceso de enseñanza-aprendizaje, ya que utilizaremos los siguientes recursos relacionados con ellas:

- Internet (redes sociales, páginas web, simuladores...).
- Utilización de la plataforma Moodle Centros como instrumento de coordinación y contacto continuo con el alumnado.
- Realización continua de actividades que conlleven la aplicación y uso de TICs.
- Presentaciones atractivas para el desarrollo de los contenidos.
- Remisión a enlaces de vídeos y artículos a través de internet para la reflexión y repaso.
- Utilización de recursos informáticos para la resolución de actividades, entre ellos la hoja de cálculo como herramienta para el seguimiento y evaluación continua y formativa del alumnado.

El agrupamiento como instrumento metodológico

En determinados momentos, en función de los objetivos propuestos y la naturaleza de las actividades, será preciso, atender a la específica composición de los grupos de alumnos/as.

En cada unidad de trabajo se hará mención específica a la forma del grupo dependiendo del tipo de actividad (dentro o fuera del centro, con necesidad de utilización de equipos informáticos, individual, en grupos de 3 o 5 alumnos/as...). **Se utilizarán Moodle Centros y Google Drive u otras herramientas similares para que el alumnado trabaje en grupo de manera online.**

Las interacciones entre el alumnado constituyen un factor muy importante en el aprendizaje puesto que no sólo favorecen el desarrollo de la socialización, sino que también tienen efectos positivos en el desarrollo intelectual e incrementan la motivación de los alumnos/as. Conviene utilizar, según los objetivos que se pretendan desarrollar en los alumnos y alumnas, las siguientes modalidades de agrupamientos:

- **Trabajo individual:** especialmente indicado en actividades de desarrollo, cuando buscamos que los alumnos/as aprendan contenidos por primera vez, y en las actividades de consolidación.
- **Trabajo en pequeño grupo** (3-5 alumnos/as): resulta muy eficaz cuando pretendemos:
 - o Favorecer las destrezas y actitudes cooperativas, así como la participación activa en tareas comunitarias.
 - o Introducir nuevos conceptos que poseen especial dificultad. El pequeño grupo favorece la individualización y personalización de la enseñanza, permite la adaptación al ritmo, intereses, capacidades y estilos de aprendizaje.
 - o Aclarar informaciones, consignas o instrucciones que se hayan dado previamente en el grupo-clase.
 - o Desarrollar la autonomía y responsabilidad de los alumnos y alumnas.
- **Trabajo en grupo-clase:** es el tipo de agrupamiento utilizado más comúnmente en el aula. Se utiliza para presentar una gran cantidad de información de manera uniforme para todo el grupo. Recomendado cuando realicemos: Explicaciones colectivas, debates, conclusiones de trabajos realizados en pequeños grupos, puestas en común...

Los criterios de agrupamiento a tener en cuenta serán: Procedencia de un mismo centro/localidad, edad cronológica, nivel de formación, ritmo de aprendizaje, intereses y motivaciones, naturaleza de la actividad...

Como ya se ha comentado anteriormente, cuando el alumnado realice tareas grupales, empleará Google Drive u otras herramientas similares (Trello, Google Sites, etc.).

Actividades de enseñanza-aprendizaje

Nos remitimos a la programación del Departamento en cuanto a las líneas generales y comunes a normativa.

E) MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

Consideraciones generales

Nos remitimos a la programación del Departamento en cuanto a las líneas generales y comunes a normativa.

En este curso 2023/24, no hay alumnado con necesidades educativas especiales. No proceden adaptaciones significativas en el aprendizaje. Sí seguimiento más intensivo en alumnos que requieran un apoyo por parte del Departamento de Orientación junto con el profesorado del módulo,

ATENCIÓN A ALUMNOS CON DIFERENTES RITMOS DE APRENDIZAJE

Como comentamos, también requieren **atención a la diversidad** los diferentes ritmos, aptitudes, intereses, expectativas y motivaciones del alumnado que esté cursando el módulo. Para el caso de estas diferencias entre alumnos, con las que inevitablemente no encontramos todos los docentes, y a las cuales debemos dar respuesta, proponemos las siguientes **medidas**:

- Aquello que presenten un **ritmo acelerado de aprendizaje** se les plantearán, los mismos supuestos prácticos que al resto de la clase, pero se distribuirán en distintos grupos de trabajo en los que **colaboren con los alumnos que presenten mayor dificultad**, participando unos en el desarrollo cognitivo de los otros. A su vez, se estarán trabajando las capacidades de comunicación y socialización.
- Si existieran alumnos cuya evolución fuera **significativamente rápida** se les propondrá realizar tareas de **ampliación** mediante el desarrollo de un Proyecto Individual. O bien:
 - Proponer a tales alumnos contenidos y actividades que les permita profundizar en los conceptos, procedimientos o actitudes ya tratados.
 - Sugerir que determinen ellos mismos los campos en que desean profundizar.
- Si las diferencias significativas residen en la existencia de alumnos con dificultad de aprendizaje, previa consulta con su tutor y con los equipos de orientación competentes, se podrán plantear las medidas de refuerzo:
 - Proponer a tales alumnos contenidos y actividades que les permitan repasar los conceptos, procedimientos y actitudes tratados
 - Intentar que refuercen contenidos procedimentales relevantes.

PLAN DE ACTUACIÓN CON EL ALUMNADO DE INCORPORACIÓN TARDÍA AL MÓDULO.

Podemos encontrarnos alumnos/as que se incorporan transcurrido un cierto periodo de tiempo desde el inicio del curso, estableciéndose como límite noviembre. Esta coyuntura se produce por **aplicación de la normativa de admisión del alumnado**. En tal situación el docente tendrá que responder a las necesidades individuales del recién incorporado, procurando una adaptación del alumno o alumna al ritmo de la clase. Para ello se procederá del siguiente modo:

- Se le asignará un **compañero de apoyo** (a ser posible un voluntario) que le facilite la adaptación, asesorándolo sobre lo acontecido hasta el momento.
- Se le suministrará el material que hasta el momento se ha analizado. Adicionalmente se le suministrará de las unidades didácticas **síntesis de los conceptos fundamentales** y los **supuestos prácticos básicos** resueltos.
- Se le ofrecerá **atención individualizada** fuera del horario de clase (recreos).

Las actividades y materiales se adecuarán a las características individuales de los alumnos, sin renunciar a la adquisición de los resultados de aprendizaje de todos los estudiantes ni a la consecución del perfil profesional en la competencia general del ciclo.

Por tanto, para dar respuesta a las diferencias individuales en estilos de aprendizaje, motivaciones, intereses y dificultades adoptaremos, entre otras, las siguientes medidas:

- Distinción de contenidos prioritarios y contenidos de ampliación o complementarios.
- Actividades con distintos grados de dificultad
- Uso de materiales didácticos alternativos.
- Cambio en la metodología didáctica.

Los que no hayan alcanzado los mínimos realizarán, para su adaptación curricular, otras actividades más sencillas o más secuenciadas que les facilite alcanzar los objetivos mínimos previstos. El proceso

se iniciará en la evaluación inicial del equipo o bien a lo largo del curso, en el momento que se crea necesario aplicarlo.

F) PROCEDIMIENTOS, INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Procedimientos de evaluación

La evaluación ha de servir para fomentar la reflexión y para orientar y analizar el proceso educativo, y por ello será continua, para observar el proceso de aprendizaje.

Nos remitimos a la programación del Departamento en cuanto a las líneas generales y comunes a normativa.

INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN:

A la hora de evaluar cada uno de los Criterios de Evaluación (CE) asociados a los Resultados de aprendizaje, emplearemos los siguientes instrumentos con un seguimiento a través del cuaderno del profesor:

- Pruebas objetivas - escritas individuales.
- Trabajos cooperativos.
- Cuaderno del alumnado, con las actividades evaluables en Moodle Centros.
- Observación directa
- Prueba Oral / Debates
- Lista de cotejo.

INSTRUMENTOS DE CALIFICACIÓN:

EVALUACIÓN ORDINARIA

Según lo establecido en la normativa de referencia la evaluación del proceso de aprendizaje del alumnado deberá determinar la consecución de los resultados de aprendizaje, para lo cual, se llevará a cabo una **evaluación criterial**, que determinará si el alumno alcanza los *criterios de evaluación* y en qué medida, asociados a dichos *resultados de aprendizaje*.

La calificación parcial o del periodo evaluativo, **de cada Resultado de Aprendizaje, se obtendrá del resultado de efectuar la media ponderada de las valoraciones obtenidas en cada uno de los Criterios de evaluación.**

La calificación final, será el resultado de la media ponderada de los resultados de aprendizaje alcanzados en el módulo Comunicación Empresarial y Atención al Cliente atendiendo de la siguiente manera:

NOTA FINAL DE MÓDULO = 5 % RA1 + 20% RA2 + 25% RA3 + 12% RA4 + 5% RA5 + 15% RA6+ 10% RA7 + 8% RA8.

Es imprescindible para obtener calificación positiva la realización de los ejercicios y actividades propuestos.

La calificación en cada evaluación parcial será de manera orientativa, pues la nota final del módulo será la suma de la media ponderada de cada uno de los RA alcanzados.

El alumno que no consiguiese una evaluación o calificación positiva en cada evaluación parcial, deberá recuperar los Criterios de Evaluación no superados asociados al Resultado de aprendizaje correspondiente de cada trimestre, bien en la evaluación extraordinaria o en las recuperaciones parciales (si procede), que el docente elija en su metodología de recuperación de contenidos o criterios de evaluación.

EVALUACIÓN EXTRAORDINARIA

Durante el tiempo de refuerzo **estipulado a partir del 30 de mayo** de cada curso, se deberán realizar por parte del alumnado, todas las actividades, tareas y pruebas objetivas escritas / orales que se propongan por parte del profesor que serán necesarias para superar los criterios de evaluación no alcanzados en las evaluaciones parciales anteriores y por tanto recuperar los Resultados de Aprendizaje.

Durante el período de refuerzo se aplicarán las siguientes técnicas e instrumentos de evaluación:

- Pruebas objetivas - escritas individuales.
- Trabajos cooperativos.
- Cuaderno del alumnado, con las actividades evaluables en Moodle Centros.
- Observación directa
- Prueba Oral / Debates
- Lista de cotejo.

Si el alumno recupera lo que tenía pendiente, la nota del módulo en junio será la actualización de la calificación de los Resultados de Aprendizaje superados en la evaluación extraordinaria junto con los superados durante el curso en evaluaciones parciales.

NOTA FINAL DE MÓDULO = 5 % RA1 + 20% RA2 + 25% RA3 + 12% RA4 + 5% RA5 + 15% RA6+ 10% RA7 + 8%RA8.

PLAN DE MEJORA

Si un alumno se presenta al período de mejora, para aumentar su calificación, y obtiene una mejor calificación en alguno de los resultados de aprendizaje de la obtenida durante el curso, la calificación final será la media ponderada de los resultados de aprendizaje de mayor calificación. En ningún caso, la realización del proceso de mejora supondrá una disminución de la calificación obtenida por la media aritmética de las calificaciones obtenidas en las evaluaciones parciales superadas durante el curso.

Al haber alcanzado ya los resultados de aprendizaje, los instrumentos de evaluación deberán reflejar una mayor exigencia. Los instrumentos de evaluación que aplicaremos para la mejora de los resultados serán:

- Pruebas específicas escritas tomando como referente todos los resultados de aprendizaje del módulo
- Ejercicio práctico global
- Observación en clase, que se valorará mediante una rúbrica, de las actitudes y progresos, su interés, organización, participación y trabajo en grupo, comportamiento, trabajo en casa...

G) RECURSOS MATERIALES Y DIDÁCTICOS

En el tratamiento didáctico de este módulo se deberán utilizar recursos materiales impresos, audiovisuales e informáticos.

- Para el alumno:

- Para el curso 2023-2024, se le recomendará al alumnado el libro actualizado para el módulo de COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE de la editorial McGrawHill. No obstante, se podrá consultar diversos libros de texto de otras editoriales (MacMillan, Paraninfo, Editex, etc.) y material de elaboración propia del profesor.
- Artículos de prensa especializada.
- Fotocopias con ejercicios prácticos.
- Material extraído de Internet.

- Para el profesor:

- Proyección libro digital de cada una de las unidades.
- Solucionario de las actividades del libro con sugerencias didácticas para cada unidad.
- Vídeos didácticos.
- Presentaciones multimedia (P. Point, Genially, Prezi...)

- Otros recursos:

- El equipamiento normal de una de las aulas asignadas al ciclo.
- Libros especializados sobre los diferentes temas a que hace referencia el módulo.
- Equipos informáticos conectados a Internet.
- Aplicaciones informáticas específicas para el módulo.
- Material de oficina (escritura, archivo, reproducción de documentos, etc.).
- Publicaciones periódicas de contenido general y de contenido especializado.
- Plataforma Moodle Centros.

ACTIVIDADES DE FOMENTO DE LA LECTURA – PLAN DE LECTURA

En cada trimestre se recomendarán varios libros de lectura según gustos y temas actuales propios del módulo, y se comentarán en un debate al final de cada evaluación, además se realizarán un pequeño rincón de lectura de Diarios digitales y tradicionales una vez a la semana para evaluar el nivel de comunicación con la que llega a los usuarios/ lectores/ clientes.

H) PROGRAMA DE ACTIVIDADES EXTRAESCOLARES Y COMPLEMENTARIAS

Nos remitimos a la programación del Departamento en cuanto a las líneas generales y comunes a normativa.

I) ESTRATEGIAS Y ACTIVIDADES DE LECTURA, ESCRITURA Y EXPRESIÓN ORAL.

Nos remitimos a la programación del Departamento en cuanto a las líneas generales y comunes a normativa.

La ortografía, expresión escrita, la expresión oral y la presentación de trabajos serán valorados y calificados de acuerdo con lo recogido en el en el Proyecto Lingüístico de Centro, más aun en nuestro módulo de Comunicación, por lo que señalamos lo más importante:

ORTOGRAFÍA

En todos los módulos, en cada actividad que se realice por escrito se revisará la ortografía y se penalizará descontando en la calificación 0,2 puntos por cada falta y 0,1 por cada tilde.

La penalización máxima en la calificación será de 2 puntos (los 2 puntos de penalización no incluirán más de 0,5 puntos por tildes).

En la corrección se indicará explícitamente una valoración de la ortografía reflejando la penalización aplicada. Puede eliminarse la penalización si se observa mejora por ausencia de faltas de ortografía en actividades posteriores.

J) TRABAJOS MONOGRÁFICOS E INTERDISCIPLINARES

Nos remitimos a la programación del Departamento en cuanto a las líneas generales y comunes a normativa.

K) SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN

Nos remitimos a la programación del Departamento en cuanto a las líneas generales y comunes.

El docente podrá solicitar a final de curso a los alumnos un cuestionario de autoevaluación del módulo y de la metodología seguida o utilizada en el módulo, respondiendo de manera voluntaria a una serie de preguntas, siendo orientativas algunas como estas:

Curso académico:

Aula: Grupo:

PREGUNTAS	MUCHO	POCO	NORMAL	N/C
¿Has aprendido con los contenidos desarrollados este año?				
¿Crees que la forma de trabajo ha sido la correcta?				

¿Las relaciones con los compañeros se han visto favorecidas con el trabajo de clase?				
¿Has contado con la ayuda de tu profesor?				
¿Has participado activamente para proponer actividades?				
¿El nivel de dificultad de tareas te ha parecido adecuado?				
¿Te has divertido en las clases?				
¿Qué piensas que se podría haber mejorado? ¿Qué propones?				
¿Qué es lo que más te ha gustado del módulo?				
Algún comentario personal				

Evaluación de la programación didáctica

Esta programación será revisable en cualquier momento del curso académico y a la vista de su evaluación, y en todo caso se revisará a la finalización de cada trimestre para comprobar su adecuación al curso. Este cuarto nivel de concreción curricular servirá para ir constatando el nivel de cumplimiento de los objetivos propuestos y la adecuación de la metodología utilizada de cara a la diversidad de intereses, motivaciones y necesidades que pueda presentar el alumnado, realizando una revisión de la programación anual cuando resulte necesario, hecho que se recogerá en la Memoria Final de curso, de cara a la planificación del siguiente curso.