

**PROGRAMACIÓN GENERAL DEL MÓDULO
COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE**

Índice

1.- CONTEXTUALIZACIÓN.	2
2.- OBJETIVOS Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN	2
3.- CONTENIDOS	5
4.- DISTRIBUCIÓN TEMPORAL DE LOS CONTENIDOS	8
5.- METODOLOGÍA DIDÁCTICA	9
6.- ADAPTACIÓN A LA DIVERSIDAD	9
7.- PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN	9
8.- CRITERIOS DE CALIFICACIÓN	10
9.- ACTIVIDADES DE RECUPERACIÓN	11
10.- MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS	11
11.- TEMAS TRANSVERSALES	11
12.- ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS	11
13.- PLAN DE CONTINGENCIA	11
14.- PUBLICIDAD DE LA PROGRAMACIÓN	1
	2

1. CONTEXTUALIZACIÓN

FAMILIA PROFESIONAL: ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN
--

CICLO FORMATIVO: GESTIÓN ADMINISTRATIVA
--

MÓDULO: COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE

CÓDIGO: 0437

HORAS: 160

NIVEL: GRADO MEDIO

CURSO: 1º

CURSO ACADÉMICO: 2019-2020

Profesor: MAR ROMERO CÁNOVAS

2. OBJETIVOS Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Los objetivos generales del módulo y sus criterios de evaluación, que aparecen en la ORDEN del 26 de Julio de 2010, de la Consejería de Educación, Cultura y Deporte, por la que se establece el currículo del título de Técnico en Gestión Administrativa para la Comunidad Autónoma de Aragón, son los siguientes:

1-. Seleccionar técnicas de comunicación, relacionándolas con la estructura e imagen de la empresa y los flujos de información existentes en ella.

- 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.

2-. Transmitir información de forma oral, vinculándola a los usos y costumbres socio-profesionales habituales en la empresa.

- 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.

- 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-. Transmitir información escrita, aplicando las técnicas de estilo a diferentes tipos de documentos propios de la empresa y de la Administración Pública.

- a. Se han identificado los soportes para elaborar y transmitir los documentos: tipo de papel, sobres y otros.
- b. Se han identificado los canales de transmisión: correo convencional, correo electrónico, fax, mensajes cortos o similares.
- c. Se han diferenciado los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad, y confidencialidad.
- d. Se ha identificado al destinatario observando las debidas normas de protocolo.
- e. Se han clasificado las tipologías más habituales de documentos dentro de la empresa según su finalidad.
- f. Se ha redactado el documento apropiado, cumpliendo las normas ortográficas y sintácticas en función de su finalidad y de la situación de partida.
- 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-. Archivar información en soporte papel e 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).

5-. Reconocer 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.

6-. Atender 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.

7-. Potenciar la imagen de empresa reconociendo y aplicando los elementos y herramientas del marketing.

- a. Se ha identificado el concepto de marketing.
- b. Se han reconocido las funciones principales del marketing.
- c. Se ha valorado la importancia del departamento de marketing.
- d. Se han diferenciado los elementos y herramientas básicos que componen el marketing.

- e. Se ha valorado la importancia de la imagen corporativa para conseguir los objetivos de la empresa.
- f. Se ha valorado la importancia de las relaciones públicas y la atención al cliente para la imagen de la empresa.
- g. Se ha identificado la fidelización del cliente como un objetivo prioritario del marketing.

8-. Aplicar 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 postventa.
- j. Se han descrito los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio post-venta, así como sus fases y herramientas.

OBJETIVOS MÍNIMOS

- Proporcionar directa o telefónicamente la información requerida en cada una de las consultas realizadas, de acuerdo con los criterios de prioridad, confidencialidad y acceso establecidos.
- Recibir, registrar y distribuir la correspondencia de acuerdo con las normas internas.
- Introducir datos en el ordenador asegurando su permanencia, actualización y confidencialidad
- Elaborar y cumplimentar la documentación precisa, utilizando cualquier equipo “ofimático” con la destreza y velocidad adecuada.
- Archivar, custodiar y controlar la información en soporte convencional o informático de acuerdo con el espacio, distribución y criterios de organización internos que permitan su acceso o consulta.

3. CONTENIDOS

Los contenidos del módulo “Comunicación empresarial y atención al cliente” son los que se detallan a continuación. Según la normativa vigente, se divide en dos bloques, según la unidad formativa:

UF 0437_12 Técnicas de Comunicación y Archivo de la Información (80 horas)

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 y tipos de organización.
- 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.

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.

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: El sobre. El papel. La carta.
- La carta comercial. Estructura, estilos y clases
- 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.
- Registro de entrada y salida de correspondencia

- Aplicación de procedimientos de seguridad y confidencialidad de la información.

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.
 - 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.

UF 0437_22 RELACIÓN CLIENTE-EMPRESA (80 HORAS)

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.

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. Gestión proactiva: Anticipación a los errores, seguimiento de clientes perdidos.
- El consumidor.

- Instituciones de consumo: públicos y 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: Hojas de reclamaciones.

Potenciación de la imagen de la empresa:

- El marketing en la actividad económica: su influencia en la imagen de la empresa.
- Naturaleza, definición, función, elementos del marketing y alcance del marketing. La imagen corporativa.
- Políticas de comunicación:
 - La publicidad: Concepto, principios y objetivos. Publicidad ilícita, los medios, soportes y formas publicitarias.
 - Las relaciones públicas.
 - La Responsabilidad Social Corporativa.

Aplicación de procedimientos de calidad en la atención al cliente:

- La calidad de servicio, el trato al cliente y el servicio postventa como elementos de la competitividad de la empresa
- Tratamiento de anomalías producidas en la prestación del servicio.
- Procedimientos de control del servicio:
 - Calidad de servicios, estándares de calidad y anticipación de problemas
- Evaluación y control del servicio:
 - Medición de la satisfacción y solución a problemas
- Control del servicio postventa: Procedimientos, análisis, servicios de asistencia, herramientas de gestión de relación con clientes (CRM)
- Fidelización de clientes:
 - Elementos de fidelización como estrategia de empresa.
 - Fidelización efectiva.

CONTENIDOS MÍNIMOS:

- Seleccionar técnicas de comunicación, relacionándolas con la estructura e imagen de la empresa y los flujos de información existentes en ella.
- Transmitir información de forma oral, vinculándola a los usos y costumbres socio-profesionales habituales en la empresa.
- Transmitir información escrita, aplicando las técnicas de estilo a diferentes tipos de documentos propios de la empresa y de la Administración Pública.
- Archivar información en soporte papel e informático, reconociendo los criterios de eficiencia y ahorro en los trámites administrativos.
- Reconocer necesidades de posibles clientes aplicando técnicas de comunicación.

- Atender consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes aplicando la normativa vigente en materia de consumo.
- Potenciar la imagen de empresa reconociendo y aplicando los elementos y herramientas del marketing.
- Aplicar procedimientos de calidad en la atención al cliente identificando los estándares establecidos.

4. DISTRIBUCIÓN TEMPORAL DE LOS CONTENIDOS

Los anteriores contenidos se distribuirán en varias unidades de trabajo, que se detallan a continuación, de acuerdo con la secuenciación establecida:

EVALUACIÓN	Horas
1ª EVALUACIÓN	
UD 1. <i>LA EMPRESA COMO SISTEMA ORGANIZADO.</i>	8
UD 2. <i>EMPRESA Y COMUNICACIÓN</i>	9
UD.3. LAS COMUNICACIONES ORALES	12
UD.4. EMPRESA Y COMUNICACIONES ORALES	10
UD 5. LA ESCRITURA COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN	10
UD 6. LA CARTA COMERCIAL EN LAS RELACIONES EMPRESARIALES	10
PRUEBAS	4
TOTAL 1ª EVALUACIÓN	63
2ª EVALUACIÓN	
UD 7. TIPOS DE CARTAS COMERCIALES	16
UD 8. DOCUMENTOS PROPIOS DE LA EMPRESA Y DE LA ADMINISTRACIÓN	13

UD 9. INFORMACIÓN ESCRITA Y ENVÍO DE CORRESPONDENCIA	9
UD 10. SISTEMAS PARA CLASIFICAR Y ORDENAR LA DOCUMENTACIÓN	6
UD11. EL ARCHIVO DE LA INFORMACIÓN	6
UD.12. EL TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN.	6
PRUEBAS	4
TOTAL 2ª EVALUACIÓN	60
3ª EVALUACIÓN	
UD 13. EL CLIENTE: UN ACTIVO EMPRESARIAL.	13
UD 14. APLICACIÓN DE PROCEDIMIENTOS DE CALIDAD EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE.	10
UD 15. EL CONSUMIDOR	10
PRUEBAS	4
TOTAL 3ª EVALUACIÓN	37
TOTAL	160

5. METODOLOGÍA DIDÁCTICA

En el módulo “**COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE**” se aplicarán métodos de aprendizaje basados en:

- Exposición, análisis y estudio de los contenidos de carácter teórico.
- Planteamiento y resolución de situaciones laborales basadas en la realidad, que incluyan aplicación de técnicas y métodos de comunicación empresarial en todas sus modalidades (orales, escritas, presenciales, etc.)
- Análisis y elaboración de documentos cuyo objetivo es la comunicación tanto en el ámbito interno como externo.
- Tratamiento de la documentación, organización y archivo de acuerdo a diversos criterios.
- Desarrollo de relaciones humanas en el entorno de trabajo: protocolo en la atención y tratamiento de visitas, así como atención a los clientes.
- Aplicación de técnicas de comunicación para el manejo de situaciones de conflicto en relación con clientes (quejas, reclamaciones, etc.).
- Búsqueda y recogida de información por parte del alumno de la documentación relacionada con los supuestos que se planteen.
- Búsqueda y consulta de información sobre los contenidos del programa, en textos informativos (periódicos y revistas de carácter económico) así como en textos legales relacionados con el contenido del módulo.

- Participación continua y activa del estudiante de manera que sea el protagonista de su propio aprendizaje.

6. ADAPTACIÓN A LA DIVERSIDAD

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

Las herramientas de trabajo, de las que dispone el equipo educativo son: las programaciones didácticas, que han de adaptarse al currículo del ciclo según las necesidades individuales del alumno y los medios audiovisuales e informáticos con los que cuenta el centro, además del departamento de orientación.

7. PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

La evaluación será continua, formativa y sumativa, entendiendo por tal el seguimiento diario del alumno, trabajos en clase, atención, interés, etc.

Durante todo el curso se llevará a cabo un seguimiento continuo del alumno para ver el grado de adaptación del proceso de enseñanza-aprendizaje a las necesidades del alumno/a en cada momento, a través de los siguientes aspectos:

- Valorar cómo trabajan los ejercicios prácticos recomendados por el profesor.
- Actitud en el aula con el profesor y sus compañeros.
- Atención a las explicaciones y colaboración en los trabajos de grupo.
- Realización de pruebas objetiva en la que se evalúen los conocimientos teóricos, dicha prueba podrá ser tipo test o a desarrollar.
- Trabajo en el aula.
- Observar la participación de los alumnos en clase en el debate.
- Entrega de los alumnos de un esquemas, resúmenes, trabajos sobre los contenidos de los módulos.
- Resolver de forma justificada casos prácticos aplicando los contenidos teóricos estudiados.
- Control del cuaderno de trabajo.
- Control de asistencia y comportamiento del alumnado.

Para conocer los resultados alcanzados por los alumnos al finalizar el curso, se les realizarán periódicamente pruebas escritas que les permitan superar el módulo.

Si los alumnos faltan el 15% de las horas programadas éstos pierden el derecho a la evaluación continua y sólo podrán presentarse en las convocatorias ordinarias y extraordinarias de junio a una prueba global del módulo completo. De la misma manera, se puede pedir al alumno la totalidad de los trabajos que el resto de compañeros ha realizado a lo largo del curso, siendo esto requisito para tener opción a presentarse al examen final, Si por el contrario, se ausentan por debajo de ese porcentaje los alumnos deberán realizar las actividades propuestas al igual que el resto de sus compañeros.

8. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

La nota de evaluación se determinará considerando:

- **La asistencia a clase y puntualidad: 10%.** Se comprobará la asistencia del alumnado mediante el seguimiento del SIGAD, ponderando el 10% según la asistencia media del alumnado. Por cada falta que tenga el alumno, se le descontará 0.2 puntos. estas faltas de asistencia se incluyen las justificadas como las no justificadas. Se considera fuera de puntualidad que de forma reiterada no acceda a clase dentro de los 3 minutos desde el timbre de entrada. Se da el derecho de no permitir la entrada al alumno en el aula pasado ese tiempo.
- **Trabajo: 30%.** En este apartado, se valorará la realización de las actividades y trabajos realizados correctamente. Será necesario realizar las exposiciones obligatorias en cada evaluación, para valorar las capacidades comunicativas orales del alumnado, así como también será necesario entregar las actividades escritas elaboradas en la fecha indicada por el profesor para cada evaluación. De no realizar dos o más de las exposiciones obligatorias, supondría un 0 en el apartado Trabajo. De forma extraordinaria, se aceptarán trabajos fuera de plazo, pero la nota será de un 5 como máximo. El cálculo de esta nota se realizará de manera ponderada en función de los trabajos realizados en clase. Los trabajos se dividirán en los puntuables y los que son considerados como “aceptados”. Los puntuables serán valorados de 1 a 10, haciendo media de todos los trabajos puntuables, con un peso del 20%. Los trabajos considerados como “aceptados” o no, tendrán un peso total de un 10% y se valorará repartiendo ese porcentaje entre los trabajos entregados en tiempo y forma. De no entregarlos se tomará como 0.
- **Exámenes: 60%.** Consistirán en pruebas que generalmente contendrá tanto preguntas tipo test como preguntas de desarrollo teórico y/o práctico, en función de la unidad de trabajo. Normalmente, se realizará una prueba cada dos unidades explicadas en clase. Dichas pruebas se calificarán sobre 10. Las preguntas tipo test mal contestadas restará de la nota final. Las faltas de ortografía también restará 0,2 por cada una. En el encabezado de los exámenes se especificará los criterios de calificación y cualquier otra información que sea necesaria para su desarrollo.

Para superar positivamente el módulo se debe alcanzar como mínimo 4 puntos en el examen sin ponderar, 5 puntos sin ponderar en el apartado trabajos; además, la media ponderada de los exámenes con la asistencia y el trabajo ha de ser igual o mayor a 5. En caso de no cumplir con los mínimos, la evaluación se considerará suspensa, y tendrá que realizar la parte no superada, obteniendo como máximo un 5 a contar para la media con el resto de exámenes de la evaluación en caso de recuperar.

En ningún caso se le repetirá un examen fuera de fecha al alumno, teniendo que presentarse a la recuperación de dicho examen, salvo que se presente justificante médico oficial, realizándose en este caso el primer día en que se incorpore el alumno en clase.

Si el profesor descubriera que algún alumno emplea recursos engañosos como chuletas, copias, sustitución de exámenes, etc., en la realización de exámenes o pruebas escritas, obtendrá una calificación de 0 puntos en dicha prueba. Podrá presentarse a la recuperación del examen.

En caso de que una persona suspenda un examen se le podrá realizar una recuperación de las unidades no superadas antes de la evaluación correspondiente, el cual se calificará ese examen con una puntuación máxima de 5. La nota de la evaluación será la media aritmética de los exámenes realizados.

Respecto a la calificación, la nota final del módulo vendrá expresada por un número entero positivo comprendido entre 1 y 10 que surge fruto de computar el 60% relativo a los exámenes con el 10% de la asistencia y 30% de los trabajos respectivamente. Si de dicho cálculo se obtiene un exceso igual o superior a 0,50 puntos se les aplicará el redondeo al alza, excepto para el caso de 4,5 donde no se le aplicará este redondeo.

No obstante, todo lo anterior, quedará a expensas del correcto cumplimiento del derecho fundamental de cátedra que asiste a todo profesor, conforme queda preceptuado en el artículo 20.1. c) de la Constitución Española, el cual faculta a adoptar al profesor cuantas medidas sean pertinentes para el funcionamiento regular de las enseñanzas.

Las actividades extraescolares se valorarán dentro del trimestre en el apartado de trabajos. Si el alumno realiza la actividad, ya tiene la puntuación asignada, de lo contrario se le mandará realizar un trabajo a valorar.

9. ACTIVIDADES DE RECUPERACIÓN.

Para la superación del módulo el alumno deberá aprobar cada una de las evaluaciones con nota igual o mayor que 5. La nota de cada evaluación se calculará como la media aritmética de las pruebas objetivas y la media ponderada de los trabajos y la asistencia. En caso de no superar una evaluación, se podrá examinar en la siguiente con la parte suspensa, guardándole la parte aprobada. En caso de superar el examen, el alumno contará en esa prueba con un cinco.

Si dicho alumno tampoco supera la recuperación podrá presentarse en la convocatoria de junio. Esta vez, con toda la evaluación. En caso de no aprobar, se podrá presentar a la 2ª convocatoria de junio donde realizará un examen global del módulo, independientemente de las pruebas aprobadas, y su calificación será la obtenida al tratarse de una prueba ordinaria.

Si el alumno no supera la evaluación continua o falta más del 15% de las horas programadas podrá presentarse a un examen global con preguntas teórico-prácticas y/o tipo test en junio y en segunda convocatoria de junio. La calificación final será la obtenida en el mismo redondeando al alza cuando el exceso sea igual o superior a 0,50.

RECUPERACIÓN DEL MÓDULO PARA ALUMNOS DE 2º

El alumnado de 2º matriculado en este módulo se le comunicará a principio de curso, los criterios a llevar a cabo para la recuperación.

- Si está matriculado en las FCT's: Realizará las pruebas objetivas a lo largo del curso, coincidiendo con los compañeros de 1º en las evaluaciones, a excepción de la tercera evaluación, que se adelantará al mes de marzo.
- Si no está matriculado en las FCT's: se examinará en las mismas fechas que sus compañeros de 1º, con la tercera evaluación en junio.

Se podrá requerir en algunos casos la entrega de prácticas necesarias para poder acceder al examen. Se valorará de 1 a 10, con redondeo al alza, siempre por encima de 5.

10. MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS

- Libro de texto “Comunicación empresarial y atención al cliente”, de la editorial Editex.
- Apuntes facilitados por el profesor/a
- Fotocopias
- Periódicos para tratar temas de actualidad.
- Ordenadores para cada alumno

11. TEMAS TRANSVERSALES

A lo largo de todas las unidades de trabajo se han de trabajar de forma relacional los temas transversales. Siendo los siguientes los que hemos de tener más presentes:

- Educación Moral y Cívica.
- Educación para la Paz, la Solidaridad y los Derechos Humanos.
- Educación para la Salud.
- Educación para la Igualdad entre los Sexos.
- Educación Ambiental.
- Educación Afectivo-Sexual.
- Educación del Consumidor.
- Educación Vial.
- Educación para la Interculturalidad.
- Educación para el Desarrollo.
- Educación para los Medios de Comunicación.

12. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES.

Las propuestas por el departamento. Para los alumnos que no asistan a las actividades extraescolares se les dejará material de refuerzo o ampliación de los contenidos del módulo.

En caso de que el alumno no asista a las excursiones o actividades programadas, deberá realizar el trabajo o tareas que se les haya puesto para sustituir la no participación en las actividades. Estas tareas propuestas serán de obligado cumplimiento, pudiendo calificarse con un 0 en el apartado actividades.

13. PLAN DE CONTINGENCIA

En el caso de los supuestos contemplados en el punto “j” del artículo 20 de la orden de 29 de mayo de 2008 de la Consejera de Educación Cultura y Deporte de Aragón se dispondrán de los siguientes elementos, a usar según criterio de los profesores que me sustituyan:

- El libro de referencia para la clase y cualesquiera otros que se puedan ir indicando en función de las necesidades del curso.
- Actividades de enseñanza-aprendizaje propuestas con sus soluciones recogido en la carpeta del módulo de la asignatura .

Todo el material se encontrará en el ordenador del profesor o en el departamento de Administración. Las actividades propuestas no serán evaluables al ser de refuerzo o ampliación.

Posibles contingencias que se pueden dar a lo largo del año:

- 1- El profesor falta de forma inesperada y sin dejar ejercicios ni tareas a los alumnos – En este caso, en la carpeta del módulo aparece “El Plan de Contingencia” donde se recogen una serie de ejercicios programados para cada una de las unidades del módulo, asimismo en la misma carpeta se indica la manera de calificar el mismo. Además estos ejercicios serán puntuables y formarán parte de la nota de la asignatura.
- 2- Si el profesor sabe con antelación que va a faltar a alguna clase dejará en la sala de profesores tareas a realizar por los alumnos que, bien deberán entregarse al profesor de guardia, bien serán corregidas en clase posteriormente.
- 3- En los supuestos de que sea el alumno quién falte algún día de forma tanto justificada como no justificada, será el mismo quién deberá preguntar a sus compañeros o al profesor sobre los contenidos que se vieron el día de su ausencia y ponerse al día.
- 4- Si el alumno faltara a clase, de forma justificada, el día señalado con examen, éste realizará el examen el primer día que se incorpore al aula.
- 5- Si el alumno faltara de forma reiterada a clase, por temas laborales, familiares o por enfermedad, en este caso el profesor le indicará los ejercicios que deberá entregarle y los exámenes a realizar.
- 6- Si el alumno faltara a clase de forma reiterada e injustificada, de tal forma que perdiera el derecho a la evaluación continua, perderá el derecho a evaluarle los trabajos que se realicen el día a día y tendrá derecho a un examen global de la asignatura en cada convocatoria.

14. PUBLICIDAD DE LA PROGRAMACIÓN

A comienzo de curso se informará a los alumnos sobre los siguientes aspectos de la programación:

- Objetivos, contenidos y criterios de evaluación.
- Contenidos mínimos exigibles para obtener una calificación positiva.
- Procedimientos e instrumentos de evaluación.
- Criterios de calificación.

En cualquier caso, se pondrá a disposición del alumnado la programación completa por si se requiere, bien en la secretaría del centro, en la página Web del instituto, o en el departamento.

Andorra, a 30 de septiembre de 2019

Fdo: Mar Romero Cánovas