



## **PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA**

---

**Módulo:**  
**COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE**  
**Código: 0651**

**Ciclo Superior de Administración y Finanzas**  
**(1<sup>er</sup> Curso)**

---

**CURSO ACADÉMICO: 2021/2022**

**PROFESOR: JAVIER PARDO ALONSO**



## ÍNDICE

1.	3
2.	5
3.	7
·	8
·	8
·	8
4.	17
5.	18



**1. CONTEXTUALIZACIÓN DEL GRUPO.**

- Alumnado del grupo:

<b>Nº alumnado de la unidad</b>	<b>Nº de alumnas</b>	<b>Nº de alumnos</b>
<b>26</b>	<b>16</b>	<b>10</b>

- Número de alumnado por acceso al Ciclo Formativo:

Prueba Acceso	ESO	Bachillerato	Ciclo Formativo	Otras vías
0	0	16	7	3

- Nacionalidades del grupo y dificultades del idioma.

Todo el alumnado cuenta con nacionalidad española salvo una alumna que llegó hace unos meses desde Ecuador, quien no presenta ningún tipo de dificultad con el idioma.

- Alumnado repetidor con la materia aprobada el curso anterior. Indicar nombres.

No hay constancia de alumnado en dicha situación.

- Alumnado repetidor con la materia no superada el curso anterior. Indicar nombres.

No hay constancia de alumnado en dicha situación.

- Alumnado con la materia pendiente de cursos inferiores. Indicar nombres.

No hay constancia de alumnado en dicha situación.

- Resultados y medidas adoptadas en cuanto a la atención a la diversidad en la evaluación inicial.

No se requiere aplicación de medidas concretas en atención a la diversidad.

- Alumnado con programa de refuerzos de materias generales o Programas de refuerzo del aprendizaje. Indicar nombres.



Tras la evaluación inicial se señala que el nivel general del grupo es bueno, por lo que no es necesario recurrir a refuerzos educativos o adaptaciones significativas.

- Alumnado con Programas de profundización. Indicar nombres.

No se considera necesario llevar a cabo actividades de profundización en ningún alumno/a específico, se puede considerar en la realización de actividades de refuerzo y ampliación para el cómputo global de la clase.

- Conclusiones:

Se trata de un grupo muy numeroso con una gran implicación en el proceso de enseñanza-aprendizaje, partiendo con un nivel medio en general respecto a los contenidos del módulo; mantienen un comportamiento muy bueno y existe un buen ambiente de trabajo.



## 2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA MATERIA O MÓDULO.

Conforme viene establecido en la ORDEN de 11 de marzo de 2013, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al Título de Técnico Superior en Administración y Finanzas, la formación del módulo de comunicación y atención al cliente contribuye a alcanzar los **objetivos generales** de este ciclo formativo que se relacionan a continuación:

- a. Analizar y confeccionar los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa, identificando la tipología de los mismos y su finalidad, para gestionarlos.
- b. Analizar los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa reconociendo su estructura, elementos y características para elaborarlos.
- c. Identificar y seleccionar las expresiones de lengua inglesa, propias de la empresa, para elaborar documentos y comunicaciones.
- 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. Analizar la información disponible para detectar necesidades relacionadas con la gestión empresarial.
- g. Identificar las técnicas y parámetros que determinan las empresas para clasificar, registrar y archivar comunicaciones y documentos.
- n. Reconocer las técnicas de atención al cliente/usuario, adecuándolas a cada caso y analizando los protocolos de calidad e imagen empresarial o institucional para desempeñar las actividades relacionadas.
- s. Aplicar estrategias y técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a la finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia en los procesos de comunicación.

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, información obtenida y/o necesidades detectadas.
- c) Detectar necesidades administrativas o de gestión de la empresa de diversos tipos, a partir del análisis de la información disponible y del entorno.
- d) Proponer línea de actuación encaminadas a mejorar la eficiencia de los procesos administrativos en los que interviene.
- e) Clasificar, registrar y archivar comunicaciones y documentos según las técnicas apropiadas y los parámetros establecidos en la empresa.
- l) Atender a los clientes/usuarios en ámbito administrativo y comercial asegurando los niveles de calidad establecidos y ajustándose a criterios éticos y de imagen de la empresa/institución.
- p) Comunicarse con sus iguales, superiores, clientes y personas bajo su responsabilidad, utilizando vías eficaces de comunicación, transmitiendo la información o conocimientos adecuados y respetando la autonomía y competencia de las personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE DEL MÓDULO



RA 1: Caracteriza técnicas de comunicación institucional y promocional, distinguiendo entre internas y externas.

RA 2: Realiza comunicaciones orales presenciales y no presenciales, aplicando técnicas de comunicación y adaptándolas a la situación y al interlocutor.

RA 3: Elabora documentos escritos de carácter profesional, aplicando criterios lingüísticos, ortográficos y de estilo.

RA 4: Determina los procesos de recepción, registro, distribución y recuperación de comunicaciones escritas, aplicando criterios específicos de cada una de estas tareas.

RA 5: Aplica técnicas de comunicación, identificando las más adecuadas en la relación y atención a los clientes/usuarios.

RA 6: Gestiona consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes, aplicando la normativa vigente.

RA 7: Organiza el servicio postventa, relacionándolo con la fidelización del cliente.



**3. DESCRIPCIÓN DE BLOQUES Y UNIDADES:**

EVALUACIÓN	UNIDAD DIDÁCTICA	TÍTULO	TEMPORALIZACIÓN
<b>1ª</b>	1	LA ORGANIZACIÓN EN LA EMPRESA. PROCESO DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN.	20
	2	LA COMUNICACIÓN PRESENCIAL EN LA EMPRESA.	18
	3	COMUNICACIÓN TELEFÓNICA Y TELEMÁTICA: LAS REDES SOCIALES.	18
<b>2ª</b>	4	DOCUMENTOS ESCRITOS AL SERVICIO DE LA COMUNICACIÓN EMPRESARIAL.	19
	5	TRATAMIENTO, CLASIFICACIÓN Y ARCHIVO DE LA DOCUMENTACIÓN EMPRESARIAL.	18
	6	COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN COMERCIAL.	18
<b>3ª</b>	7	GESTIÓN DE CONFLICTOS Y RECLAMACIONES.	25
	8	SERVICIO POSTVENTA Y FIDELIZACIÓN DE LOS CLIENTES	24
	<b>TOTAL HORAS:</b>		<b>160 horas</b>

La distribución trimestral se llevará a cabo de la siguiente forma:

- Primera evaluación hasta el viernes 3 de diciembre.



- Segunda evaluación hasta el martes 15 de marzo.
- Tercera evaluación hasta el martes 31 de mayo.

- **SECUENCIACIÓN DE LOS CONTENIDOS.**
- **LA VINCULACIÓN DE LOS MISMOS CON LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y LAS COMPETENCIAS CLAVE CORRESPONDIENTES.**
- **LOS DISTINTOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN, A SU VEZ, SE RELACIONAN CON LOS ESTÁNDARES DE APRENDIZAJE.**

**1ª Evaluación**

<b>Unidad 1: La organización en la empresa, proceso de información y comunicación.</b>
<b>TEMPORALIZACIÓN: 20 horas.</b>
<b>CONTENIDOS:</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. La empresa: elementos y tipos.</li> <li>2. La organización interna de la actividad empresarial.</li> <li>3. La función directiva.</li> <li>4. La información en la actividad empresarial.</li> <li>5. La comunicación en la actividad empresarial.</li> <li>6. Comunicación escrita e imagen corporativa.</li> </ol>
<b>RESULTADOS DE APRENDIZAJE:</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Caracteriza técnicas de comunicación institucional y promocional, distinguiendo entre internas y externas.</li> </ol>
<b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN:</b>





- a) Se han identificado los tipos de instituciones empresariales, describiendo sus características jurídicas, funcionales y organizativas.
- b) Se han relacionado las funciones tipo de la organización: dirección, planificación, organización, ejecución y control.
- c) Se ha identificado los distintos estilos de mando de una organización con el clima laboral que generan.
- d) Se ha identificado la estructura organizativa para una asistencia o la prestación de un servicio de calidad.
- e) Se han definido los canales formales de comunicación en la organización a partir de su organigrama.
- f) Se han diferenciado los procesos de comunicación internos formales e informales.
- g) Se ha valorado la influencia de la comunicación informal y las cadenas de rumores en las organizaciones y su repercusión en las actuaciones del servicio de información prestado.
- h) Se ha relacionado el proceso de demanda de información de acuerdo con el tipo de cliente, interno y externo, que puede intervenir en la misma.
- i) Se ha valorado la importancia de la transmisión de la imagen corporativa de la organización en las comunicaciones formales.
- j) Se han identificado los aspectos más significativos que transmiten la imagen corporativa en las comunicaciones institucionales y promocionales de la organización.

**Unidad 2: La comunicación presencial en la empresa.**

**TEMPORALIZACIÓN: 18 horas.**

**CONTENIDOS:**

1. La comunicación en la empresa: elementos y tipos.
2. La comunicación presencial.
3. Técnicas de comunicación presencial.
4. Situaciones presenciales más usuales.
5. La comunicación no verbal en la comunicación presencial.
6. Costumbres, protocolo y formas de actuación.

**RESULTADOS DE APRENDIZAJE:**

2. Realiza comunicaciones orales presenciales y no presenciales, aplicando técnicas de comunicación y adaptándolas a la situación y al interlocutor.

**CRITERIOS DE EVALUACIÓN:**



- a) Se han identificado los elementos y las etapas de un proceso de comunicación.
- b) Se han aplicado las distintas técnicas de comunicación oral presencial y telefónica.
- c) Se ha aplicado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales.
- d) Se ha utilizado el léxico y las expresiones adecuadas al tipo de comunicación y a los interlocutores.
- e) Se han identificado los elementos necesarios para realizar y recibir una llamada telefónica efectiva en sus distintas fases: preparación, presentación-identificación y realización de la misma.
- f) Se han tenido en cuenta las costumbres socioculturales y los usos empresariales y se ha valorado la importancia de la transmisión de la imagen corporativa.
- g) Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y sensibilidad.
- h) Se han detectado las interferencias que producen las barreras de la comunicación en la comprensión de un mensaje y se han propuesto las acciones correctivas necesarias.
- i) Se han aplicado convenientemente elementos de comunicación no verbal en los mensajes emitidos.
- j) Se han comprobado los errores cometidos y se han propuesto las acciones correctoras necesarias.

<b>Unidad 3: Comunicación telefónica y telemática.</b>
<b>TEMPORALIZACIÓN: 18 horas.</b>
<b>CONTENIDOS:</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. El proceso de comunicación telefónica.</li> <li>2. Medios, equipos y prestaciones para la comunicación telefónica.</li> <li>3. Protocolos en la comunicación telefónica.</li> <li>4. Gestión empresarial de las comunicaciones telefónicas.</li> <li>5. Tipos de comunicación telemática.</li> <li>6. Gestión de las comunicaciones telemáticas en la empresa.</li> </ol>
<b>RESULTADOS DE APRENDIZAJE:</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>2. Realiza comunicaciones orales presenciales y no presenciales, aplicando técnicas de comunicación y adaptándolas a la situación y al interlocutor.</li> </ol>
<b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN:</b>



- a) Se han identificado los elementos y las etapas de un proceso de comunicación.
- b) Se han aplicado las distintas técnicas de comunicación oral presencial y telefónica.
- c) Se ha aplicado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales.
- d) Se ha utilizado el léxico y las expresiones adecuadas al tipo de comunicación y a los interlocutores.
- e) Se han identificado los elementos necesarios para realizar y recibir una llamada telefónica efectiva en sus distintas fases: preparación, presentación-identificación y realización de la misma.
- f) Se han tenido en cuenta las costumbres socioculturales y los usos empresariales y se ha valorado la importancia de la transmisión de la imagen corporativa.
- g) Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y sensibilidad.
- h) Se han detectado las interferencias que producen las barreras de la comunicación en la comprensión de un mensaje y se han propuesto las acciones correctivas necesarias.
- i) Se han aplicado convenientemente elementos de comunicación no verbal en los mensajes emitidos.
- j) Se han comprobado los errores cometidos y se han propuesto las acciones correctoras necesarias.

**2ª Evaluación**

<b>Unidad 4: Documentos escritos al servicio de la documentación empresarial.</b>
<b>TEMPORALIZACIÓN: 19 horas.</b>
<b>CONTENIDOS:</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. La comunicación escrita: elementos y tipos.</li> <li>2. Normas para una adecuada redacción.</li> <li>3. Documentos propios de la comunicación escrita.</li> <li>4. Soportes para transmitir documentos escritos.</li> <li>5. Canales para transmitir documentos escritos.</li> </ol>
<b>RESULTADOS DE APRENDIZAJE:</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>3. Elabora documentos escritos de carácter profesional, aplicando criterios lingüísticos, ortográficos y de estilo.</li> </ol>
<b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN:</b>



- a) Se han identificado los elementos y las etapas de un proceso de comunicación.
- b) Se han aplicado las distintas técnicas de comunicación oral presencial y telefónica.
- c) Se ha aplicado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales.
- d) Se ha utilizado el léxico y las expresiones adecuadas al tipo de comunicación y a los interlocutores.
- e) Se han identificado los elementos necesarios para realizar y recibir una llamada telefónica efectiva en sus distintas fases: preparación, presentación-identificación y realización de la misma.
- f) Se han tenido en cuenta las costumbres socioculturales y los usos empresariales y se ha valorado la importancia de la transmisión de la imagen corporativa.
- g) Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y sensibilidad.
- h) Se han detectado las interferencias que producen las barreras de la comunicación en la comprensión de un mensaje y se han propuesto las acciones correctivas necesarias.
- i) Se han aplicado convenientemente elementos de comunicación no verbal en los mensajes emitidos.
- j) Se han comprobado los errores cometidos y se han propuesto las acciones correctoras necesarias.



<b>Unidad 5: Tratamiento, clasificación y archivo de la documentación empresarial.</b>
<b>TEMPORALIZACIÓN: 18 horas.</b>
<b>CONTENIDOS:</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. El archivo: finalidad, funciones y tipos de archivo.</li> <li>2. Sistemas de clasificación de documentación.</li> <li>3. Recepción y archivo de documentación.</li> <li>4. Consulta y conservación de la documentación.</li> <li>5. Tratamiento de la correspondencia empresarial.</li> <li>6. Seguridad y confidencialidad de la información: la Ley de Protección de Datos.</li> </ol>
<b>RESULTADOS DE APRENDIZAJE:</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>4. Determina los procesos de recepción, registro, distribución y recuperación de comunicaciones escritas, aplicando criterios específicos de cada una de estas tareas.</li> </ol>
<b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN:</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>a) Se han identificado los medios, procedimientos y criterios más adecuados en la recepción, registro, distribución y transmisión de comunicación escrita a través de los medios telemáticos.</li> <li>b) Se han determinado las ventajas e inconvenientes de la utilización de los distintos medios de transmisión de la comunicación escrita.</li> <li>c) Se ha seleccionado el medio de transmisión más adecuado en función de los criterios de urgencia, coste y seguridad.</li> <li>d) Se han identificado los soportes de archivo y registro más utilizados en función de las características de la información que se va a almacenar.</li> <li>e) Se han analizado las técnicas de mantenimiento del archivo de gestión de correspondencia convencional.</li> <li>f) Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiado al tipo de documentos.</li> <li>g) Se han reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación.</li> <li>h) Se han respetado los niveles de protección, seguridad y acceso a la información según la normativa vigente y se han aplicado, en la elaboración y archivo de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).</li> <li>i) Se han registrado los correos electrónicos recibidos o emitidos de forma organizada y rigurosa, según técnicas de gestión eficaz.</li> <li>j) Se ha realizado la gestión y mantenimiento de libretas de direcciones. Se ha valorado la importancia de la firma digital en la correspondencia electrónica.</li> </ol>



<b>Unidad 6: Comunicación y atención comercial.</b>
<b>TEMPORALIZACIÓN: 18 horas.</b>
<b>CONTENIDOS:</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. El cliente: tipos de clientes e importancia para la empresa.</li> <li>2. Las motivaciones del cliente y el proceso de compra.</li> <li>3. El departamento de atención al cliente.</li> <li>4. Comunicación en la atención comercial.</li> <li>5. El proceso de atención comercial: elementos y técnicas.</li> <li>6. Tratamiento y gestión de la información comercial: los CRM.</li> </ol>
<b>RESULTADOS DE APRENDIZAJE:</b>
5. Aplica técnicas de comunicación, identificando las más adecuadas en la relación y atención a los clientes/usuarios.
<b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN:</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>a) Se han aplicado técnicas de comunicación y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente/usuario en situaciones de atención/asesoramiento al mismo.</li> <li>b) Se han identificado las fases que componen el proceso de atención al cliente/consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación.</li> <li>c) Se ha adoptado la actitud más adecuada según el comportamiento del cliente ante diversos tipos de situaciones.</li> <li>d) Se han analizado las motivaciones de compra o demanda de un producto o servicio por parte del cliente/usuario.</li> <li>e) Se ha obtenido, en su caso, la información histórica del cliente.</li> <li>f) Se ha aplicado la forma y actitud adecuadas en la atención y asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado.</li> <li>g) Se han analizado y solucionado los errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente/usuario.</li> </ol>



**3ª EVALUACIÓN**

<b>Unidad 7: Gestión de conflictos y reclamaciones.</b>
<b>TEMPORALIZACIÓN: 25 horas.</b>
<b>CONTENIDOS:</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Exteriorización de la satisfacción del cliente: actuación empresarial.</li> <li>2. La reclamación: documentación asociada.</li> <li>3. Gestión empresarial de reclamaciones escritas.</li> <li>4. Gestión de reclamaciones presenciales.</li> <li>5. Conflicto y negociación comercial: técnicas y herramientas de negociación.</li> <li>6. La protección de los derechos del consumidor.</li> </ol>
<b>RESULTADOS DE APRENDIZAJE:</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>6. Gestiona consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes, aplicando la normativa vigente.</li> </ol>
<b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN:</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>a) Se han descrito las funciones del departamento de atención al cliente en empresas.</li> <li>b) Se ha valorado la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos.</li> <li>c) Se ha interpretado la comunicación recibida por parte del cliente.</li> <li>d) Se han relacionado los elementos de la queja/reclamación con las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/reclamaciones.</li> <li>e) Se han diferenciado los tipos de demanda o reclamación.</li> <li>f) Se ha gestionado la información que hay que suministrar al cliente.</li> <li>g) Se han determinado los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones.</li> <li>h) Se han redactado escritos de respuesta, utilizando medios electrónicos u otros canales de comunicación.</li> <li>i) Se ha valorado la importancia de la protección del consumidor.</li> <li>j) Se ha aplicado la normativa en materia de consumo.</li> </ol>



<b>Unidad 8: Servicio posventa y fidelización de los clientes.</b>
<b>TEMPORALIZACIÓN: 24 horas.</b>
<b>CONTENIDOS:</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. El servicio postventa: definición y tipos.</li> <li>2. La calidad y el servicio postventa.</li> <li>3. Gestión de la calidad: planificación y evaluación del servicio postventa.</li> <li>4. Tratamiento de errores y anomalías. Control y mejora del servicio.</li> <li>5. El CRM como instrumento de gestión postventa.</li> <li>6. Postventa y fidelización de los clientes.</li> </ol>
<b>RESULTADOS DE APRENDIZAJE:</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>7. Organiza el servicio postventa, relacionándolo con la fidelización del cliente.</li> </ol>
<b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN:</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>a) Se ha valorado la importancia del servicio posventa en los procesos comerciales.</li> <li>b) Se han identificado los elementos que intervienen en la atención posventa.</li> <li>c) Se han identificado las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio posventa.</li> <li>d) Se han aplicado los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio posventa y los elementos que intervienen en la fidelización del cliente.</li> <li>e) Se han distinguido los momentos o fases que estructuran el proceso de posventa.</li> <li>f) Se han utilizado las herramientas de gestión de un servicio posventa.</li> <li>g) Se han descrito las fases del procedimiento de relación con los clientes.</li> <li>h) Se han descrito los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio.</li> <li>i) Se han detectado y solventado los errores producidos en la prestación del servicio.</li> <li>j) Se ha aplicado el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas.</li> </ol>





#### **4. ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS ADAPTADAS A LA SITUACIÓN DEL GRUPO.**

Para aquellos alumnos/as con mayor dificultad de aprendizaje se elaborará un bloque de actividades de contenido similar a las otras realizadas en clase que deberán realizar de forma individual. Se pretende un refuerzo a lo realizado en clase y un análisis desde otro punto de vista de los temas tratados.

Las medidas relacionadas con la metodología, para atender a este alumnado, según sus necesidades específicas, se podrían resumir del modo siguiente:

1. Diferenciación entre contenidos esenciales en el aprendizaje y contenidos que amplían o profundizan. Las tareas se han establecido ordenándose de menor a mayor dificultad, de tal forma que todos los alumnos puedan encontrar espacios de respuesta adecuados a sus capacidades.
2. Propondremos dentro del mismo grupo actividades diferentes que respondan a los diversos grados de aprendizaje.
3. Utilizaremos metodologías de acercamiento diversas, prestando atención a la idea de las inteligencias múltiples. Las actividades de aplicación y los ejercicios propuestos, se desarrollarán en grupos heterogéneos, prestando atención al reparto de tareas y a una asignación de funciones flexible. Se facilitará la interrelación y el interaprendizaje. Se considera muy importante el aprendizaje obtenido "por contagio", procedente de la reflexión grupal y en donde unos aprenden de otros.

Así pues:

Las actividades se diseñarán con distintos grados de dificultad y distintos enfoques, para que todo el alumnado pueda realizarlas con éxito.

Se realizarán, si fuera necesario, actividades diferentes para diferentes agrupaciones de alumnos/as, de forma que la profesora pueda atender a todo el alumnado, o que algunos alumnos/as puedan ser tutorados por sus propios compañeros y compañeras, «técnica entre iguales».

En caso de alumnado con discapacidad, la adecuación de las actividades formativas, así como de los criterios y los procedimientos de evaluación se adaptarán para garantizar el acceso a las pruebas de evaluación. Esta adaptación en ningún caso supondrá la supresión de resultados de aprendizaje y objetivos del módulo que afecten a la adquisición de la competencia general del título.



Para aquellos alumnos/as que les resulte más fácil la comprensión y el aprendizaje se realizarán actividades, de forma individual o en grupos, para profundizar en aquellos temas que más le interesen. Principalmente este tipo de actividades consistirá en la realización de trabajos y desarrollo de ejemplos prácticos y análisis de la actualidad.

Normativas de atención a la diversidad aplicables:

- o *Decreto 111/2016, de 14 de junio, por el que se establece la ordenación y el currículo de la Educación Secundaria Obligatoria en Andalucía.*
- o *INSTRUCCIÓN 9/2020, de 15 de junio, de la Dirección General de Ordenación y Evaluación Educativa, por la que se establecen aspectos de organización y funcionamiento para los centros que imparten Educación Secundaria Obligatoria. ANEXOS*
- o *ORDEN de 25 de julio de 2008, por la que se regula la atención a la diversidad del alumnado que cursa la educación básica en los centros docentes públicos de Andalucía. (BOJA 22-08-2008)*
- o *INSTRUCCIONES de 8 de marzo de 2017, de la Dirección General de Participación y Equidad, por las que se actualiza el protocolo de detección, identificación del alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo y organización de la respuesta educativa.*

En atención a la diversidad se tendrá en cuenta lo siguiente:

- Favorecer una organización flexible, variada e individualizada de la organización de los contenidos y de su enseñanza.
- Responder a las necesidades educativas concretas del alumnado para conseguir que alcance el máximo desarrollo posible de sus capacidades personales y adquiera las competencias básicas y los objetivos del currículo.
- Establecer los mecanismos que permitan detectar las dificultades de aprendizaje tan pronto como se produzcan y superar el retraso escolar que pudiera presentar el alumnado.
- Asegurar la coordinación de todos los miembros del equipo docente que atiendan al alumnado.

## 5. RELACIÓN CON LOS ELEMENTOS TRANSVERSALES.

La finalidad de toda etapa educativa debe ser el desarrollo integral de nuestro alumnado. Por tanto, junto al desarrollo de las capacidades específicas de nuestra materia, vamos a incorporar una serie de temas de crucial importancia en nuestra sociedad, para fomentar en nuestros alumnos y alumnas la adquisición de valores para la vida y la convivencia.



Así pues, vamos a integrar en los contenidos del módulo, aquellos otros contenidos de naturaleza transversal (que vienen regulados en las siguientes disposiciones legales: - ORDEN de 19-12-1995, por la que se establece el desarrollo de la Educación en Valores en los centros docentes de Andalucía,- LOE, art. 1,c y art.121,1) que deben estar presentes continuamente en nuestro quehacer diario, desarrollando actitudes de compañerismo y ayuda a los demás, de respeto y uso del diálogo, de rechazo a la violencia y a la agresividad, fomentando un estilo de vida y comportamiento cotidiano, como aceptación de esos valores que la sociedad necesita y establece como positivos para su buen funcionamiento.

Las enseñanzas transversales afectan a diferentes ámbitos de la vida, por eso, dependiendo de los contenidos propios del módulo, se prestará especial atención a algunos de ellos:

**Educación para la paz.** Pretendemos estimular el diálogo como principal vía para la resolución de conflictos entre personas y grupos; facilitar el encuentro entre personas cuyos intereses no necesariamente sean coincidentes, y desarrollar actividades básicas para la participación comprometida en la convivencia, la democracia y la solidaridad.

**Educación no sexista.** La Educación para la igualdad entre sexos ha de impregnar todo nuestro trabajo educativo creando una dinámica correctora de las discriminaciones. Entre sus objetivos están: desarrollar la autoestima, independientemente del sexo que tenga; analizar críticamente la realidad y corregir prejuicios sexistas y sus manifestaciones en el lenguaje, publicidad, juegos, profesiones, etc.; apreciar la necesidad de que existan las mismas oportunidades sociales y laborales para ambos sexos; consolidar hábitos no discriminatorios; valoración de todos los trabajos con independencia de quien lo desarrolla.

**Educación para la salud, y la “Seguridad en el Trabajo”.** La Salud y la Seguridad en el Trabajo es un tema de preocupación diaria de la sociedad en cualquier ámbito empresarial o profesional. Trabajaremos aquellas actitudes que se consideren necesarias para valorar la prevención de los riesgos laborales en el ámbito profesional, con el objeto de que se reduzcan las enfermedades y accidentes laborales y no laborales, tanto físicos como psicológicos.

**Educación del consumidor.** Generar un consumo responsable y un consumo justo, sin olvidar los derechos y deberes de los consumidores. Tratar de evitar la influencia de las campañas publicitarias en el sentido del consumismo y materialismo actuales.

El conocimiento de la empresa posibilita al alumno/a una actuación más responsable, si cabe, como consumidor, ya que adquirirán conocimientos sobre cómo actúan en los mercados para aumentar su volumen de ventas y beneficios extraordinarios.



**Educación para la justicia.** Se trata de un tema íntimamente relacionado a la Educación moral y cívica, basándose en los postulados democráticos. En este sentido juegan un papel imprescindible los Derechos Humanos y su estudio y reflexión desde todos los puntos de vista, ya sea político, económico y social. Los alumnos deben manifestar posturas de lucha contra las injusticias.

**Educación ambiental.** Pretendemos concienciar a nuestros alumnos/as de la necesidad de respetar el medio ambiente, mediante el uso responsable de los recursos naturales. Tanto como futuros trabajadores, como futuros empresarios, deberán tener una actuación responsable como consumidores y como productores.

**Cultura andaluza.** Siguiendo la ORDEN de 6/6/1995, que aprueba los Objetivos y Funcionamiento del Programa de Cultura Andaluza, fomentaremos el conocimiento y valoración de los rasgos peculiares de la cultura andaluza así como contribuiremos, en la medida de lo posible, al conocimiento de actividades y empresas públicas y privadas propias de esta tierra, a través de su mención en los supuestos prácticos que se planteen.

Se deberá tener presente que los temas transversales son la manifestación de un sentimiento y una expresión de valores. En los contenidos de valor, es fundamental respetar la libertad del alumnado y su ritmo de progreso, buscando, sobre todo una respuesta libre y personal.

La enseñanza de los Temas Transversales no se va a realizar de una manera separada y diferenciada de los demás contenidos establecidos para el Módulo, sino que van a ser abordados a través del enfoque que le vamos a dar a nuestras clases. Por tanto, el trabajo educativo de la enseñanza transversal se realizará específicamente en las Unidades Didácticas que, por sus contenidos, permitan o reclamen una relación con él.



**PONDERACIÓN RESULTADOS APRENDIZAJE**

RESULTADO DE APRENDIZAJE	PONDERACIÓN
<b>RA 1:</b> Caracteriza técnicas de comunicación institucional y promocional, distinguiendo entre internas y externas.	<b>12,5 puntos</b>
<b>RA 2:</b> Realiza comunicaciones orales presenciales y no presenciales, aplicando técnicas de comunicación y adaptándolas a la situación y al interlocutor.	<b>25 puntos</b>
<b>RA 3:</b> Elabora documentos escritos de carácter profesional, aplicando criterios lingüísticos, ortográficos y de estilo.	<b>12,5 puntos</b>
<b>RA 4:</b> Determina los procesos de recepción, registro, distribución y recuperación de comunicaciones escritas, aplicando criterios específicos de cada una de estas tareas.	<b>12,5 puntos</b>
<b>RA 5:</b> Aplica técnicas de comunicación, identificando las más adecuadas en la relación y atención a los clientes/usuarios.	<b>12,5 puntos</b>
<b>RA 6:</b> Gestiona consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes, aplicando la normativa vigente.	<b>12,5 puntos</b>
<b>RA 7:</b> Organiza el servicio postventa, relacionándolo con la fidelización del cliente.	<b>12,5 puntos</b>
<b>TOTAL</b>	<b>100 Puntos</b>