

**PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA
CICLO FORMATIVO DE GRADO
MEDIO DE
GESTIÓN ADMINISTRATIVA
1º CURSO**

**MÓDULO DE
“COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y
ATENCIÓN AL CLIENTE”**

Curso 2017-18

Profesora: Gema Pascual Borrell

Contenido

1.- INTRODUCCIÓN:	4
2.- OBJETIVOS	4
2.1 Objetivos generales	4
2.2 Objetivos específicos	6
3.- COMPETENCIAS BÁSICAS	7
3.1 Competencia general	7
3.2 Vinculación con los objetivos específicos del modulo con las competencias básicas	7
3.3 Relación de las competencias básicas con los criterios de evaluación	10
4.- CONTENIDOS	15
4.1 Contenidos conceptuales (c)	15
4.2 Contenidos procedimentales (p)	18
4.3 Contenidos actitudinales (a)	18
5.- UNIDADES DIDÁCTICAS:	19
5.1 Título de la unidad	19
UNIDAD 1 La Comunicación empresarial	19
UNIDAD 2 Medios y equipos ofimáticos y telemáticos. El correo electrónico	20
UNIDAD 3 Organización de la empresa	21
UNIDAD 4 La comunicación escrita en la empresa. Las comunicaciones breves.	22
UNIDAD 5 La comunicación escrita en la empresa. La carta comercial.	23
UNIDAD 6 Otros documentos de uso en la empresa y las administraciones publicas	24
UNIDAD 7 La correspondencia. El servicio de Correos	25
UNIDAD 8 Sistemas de ordenación y clasificación documental I	27
UNIDAD 9 Sistemas de ordenación y clasificación documental II	28
UNIDAD 10 Archivo de la información en soporte papel	29
UNIDAD 11 Archivo de la información en soporte informático	31
UNIDAD 12 La comunicación oral	31
UNIDAD 13 Reconocimiento de las necesidades de los clientes	33
UNIDAD 14 Atención de consultas, quejas y reclamaciones	34
UNIDAD 15 Potenciación de la imagen de la empresa	35
UNIDAD 16 Aplicación de procedimientos de calidad en la atención al cliente	35
5.2 Distribución temporal de las unidades didácticas	36
6. METODOLOGÍA. ORIENTACIONES DIDÁCTICAS	37
6.1 Metodología general y específica del área o materia	37

6.2 En relación con cada unidad se seguirán las siguientes orientaciones pedagógicas	38
7. EVALUACIÓN	43
7.1 Criterios de evaluación	43
7.2 Instrumentos de evaluación	47
7.3 Tipos de evaluación	47
7.4 Criterios de calificación.....	48
7.4.1 Recuperaciones:	48
7.4.2 Convocatorias extraordinarias	49
7.5 Actividades de refuerzo y ampliación	49
7.6 Evaluación del proceso de enseñanza y aprendizaje	49
8.- MEDIDAS DE ATENCIÓN AL ALUMNADO CON NECESIDADES ESPECÍFICAS DE SOPORTE EDUCATIVO O NECESIDADES DE COMPENSACIÓN EDUCATIVA ..	50
9.- FOMENTO A LA LECTURA.....	50
10.- UTILIZACIÓN DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN.....	51
11.- RECURSOS DIDÁCTICOS Y ORGANIZATIVOS	51
12.- ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS:.....	51

1.- INTRODUCCIÓN:

Programación del módulo de **Comunicación empresarial y atención al cliente** del ciclo de grado medio de Gestión Administrativa según la normativa vigente

- *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*

2.- OBJETIVOS

2.1 Objetivos generales

Los objetivos generales de este ciclo formativo son los siguientes:

1. Analizar el flujo de información y la tipología y finalidad de los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa, para tramitarlos.
2. Analizar los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa, reconociendo su estructura, elementos y características para elaborarlos.
3. Identificar y seleccionar las expresiones en lengua inglesa, propias de la empresa, para elaborar documentos y comunicaciones.
4. Analizar las posibilidades de las aplicaciones y equipos informáticos, relacionándolas con su empleo más eficaz en la tratamiento de la información para elaborar documentos y comunicaciones.
5. 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.
6. 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.
7. Interpretar la normativa y metodología contable, analizando la problemática contable que puede darse en una empresa, así como la documentación asociada para su registro.
8. Introducir asientos contables manualmente y en aplicaciones informáticas específicas, siguiendo la normativa en vigor para registrar contablemente la documentación.
9. Comparar y evaluar los elementos que intervienen en la gestión de la tesorería, los productos y servicios financieros básicos y los documentos relacionados con los mismos, comprobando las necesidades de liquidez y financiación de la empresa para realizar las gestiones administrativas relacionadas.
10. Efectuar cálculos básicos de productos y servicios financieros, empleando principios de matemática financiera elemental para realizar las gestiones administrativas de tesorería.
11. Reconocer la normativa legal aplicable, las técnicas de gestión asociadas y las funciones del departamento de recursos humanos, analizando la problemática laboral que puede darse en una empresa y la documentación relacionada para realizar la gestión administrativa de los recursos humanos.

12. Identificar y preparar la documentación relevante así como las actuaciones que se deben desarrollar, interpretando la política de la empresa para efectuar las gestiones administrativas de las áreas de selección y formación de los recursos humanos.
13. Complimentar documentación y preparar informes consultando la normativa en vigor y las vías de acceso (Internet, oficinas de atención al público) a la Administración Pública y empleando, en su caso, aplicaciones informáticas ad hoc para prestar apoyo administrativo en el área de gestión laboral de la empresa.
14. Seleccionar datos y complimentar documentos derivados del área comercial, interpretando normas mercantiles y fiscales para realizar las gestiones administrativas correspondientes.
15. 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.
16. Identificar las normas de calidad y seguridad y de prevención de riesgos laborales y ambientales, reconociendo los factores de riesgo y parámetros de calidad para aplicar los protocolos correspondientes en el desarrollo del trabajo.
17. Reconocer las principales aplicaciones informáticas de gestión para su uso asiduo en el desempeño de la actividad administrativa.
18. Valorar las actividades de trabajo en un proceso productivo, identificando su aportación al proceso global para conseguir los objetivos de la producción.
19. Valorar la diversidad de opiniones como fuente de enriquecimiento, reconociendo otras prácticas, ideas o creencias, para resolver problemas y tomar decisiones.
20. Reconocer e identificar posibilidades de mejora profesional, recabando información y adquiriendo conocimientos para la innovación y actualización en el ámbito de su trabajo.
21. Reconocer sus derechos y deberes como agente activo en la sociedad, analizando el marco legal que regula las condiciones sociales y laborales para participar como ciudadano democrático.
22. Reconocer e identificar las posibilidades de negocio, analizando el mercado y estudiando la viabilidad empresarial para la generación de su propio empleo.

Los objetivos generales del ciclo que se trata de conseguir mediante esta área o materia son los siguientes:

- 1) Analizar el flujo de información y la tipología y finalidad de los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa, para tramitarlos.
- 2) Analizar los documentos o comunicaciones que se utilizan en la empresa reconociendo su estructura elementos y características para elaborarlos.
- 4) Analizar las posibilidades de las aplicaciones y equipos informáticos, relacionándolas con su empleo más eficaz en el tratamiento de la información en su elaboración.

- 5) 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.
- 6) 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
- 7) Transmitir comunicaciones de forma oral, telemática o escrita, adecuándolas a cada caso y analizando los protocolos de calidad e imagen empresarial o institucional para desempeñar las actividades de atención al cliente/usuario.

2.2 Objetivos específicos

- 1.- El alumno debe ser capaz de seleccionar técnicas de comunicación, relacionadas con la estructura e imagen de la empresa y los flujos de información existentes en ella.
2. El alumno debe ser capaz de transmitir información de forma oral, vinculándola a los usos y costumbres socio profesionales habituales en la empresa.
- 3.- El alumno debe ser capaz de transmitir información de forma escrita, aplicando las técnicas de estilo a diferentes tipos de documentos propios de la empresa y de la Administración Pública.
4. El alumno debe ser capaz de archivar información en soporte papel e informático, reconociendo los criterios de eficiencia y ahorro en los trámites administrativos.
5. El alumno debe ser capaz de reconocer necesidades de posibles clientes aplicando técnicas de comunicación
6. El alumno debe ser capaz de atender consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes aplicando la normativa vigente en materia de consumo.
7. El alumno debe ser capaz de Potenciar la imagen de empresa reconociendo y aplicando los elementos y herramientas del marketing.
8. El alumno debe ser capaz de aplicar procedimientos de calidad en la atención al cliente identificando los estándares establecidos.

3.- COMPETENCIAS BÁSICAS

3.1 Competencia general

Las competencias básicas del módulo que tratan de alcanzarse mediante los objetivos específicos de esta materia son las siguientes:

- 1) Tramitar documentos o comunicaciones internas o externas en los circuitos de información de la empresa.
- 2) Elaborar documentos y comunicaciones a partir de órdenes recibidas o de información adquirida.
- 3) Clasificar, registrar y archivar comunicaciones y documentos según las técnicas apropiadas y los parámetros establecidos en la empresa
- 9) Desempeñar las actividades de atención al cliente/usuario en el ámbito administrativo y comercial asegurando los niveles de calidad establecido y relacionados con la imagen de la empresa/institución.
- 11) Cumplir con los objetivos de la producción, actuando conforme a los principios de responsabilidad y manteniendo relaciones profesionales adecuadas con los miembros del equipo de trabajo.
- 12) Resolver problemas y tomar decisiones individuales siguiendo las normas y procedimientos establecidos, definidos dentro del ámbito de su competencia.
- 13) Mantener el espíritu de innovación, de mejora de los procesos de producción y de actualización de conocimientos en el ámbito de su trabajo.
- 16) Participar de forma activa en la vida económica, social y cultural, con una actitud crítica y responsable.
- 17) Participar en las actividades de la empresa con respeto y actitud de tolerancia.
- 18) Adaptarse a diferentes puestos de trabajo y nuevas situaciones laborales, originados por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos
- 19) Participar en el trabajo en equipo respetando la jerarquía definida en la organización.

3.2 Vinculación con los objetivos específicos del modulo con las competencias básicas

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	COMPETENCIAS BÁSICAS
1. El alumno debe ser capaz de seleccionar técnicas de comunicación, relacionadas con la estructura e imagen de la empresa y los flujos de información existentes en ella.	1) Tramitar documentos o comunicaciones internas o externas en los circuitos de información de la empresa. 17) Participar en las actividades de la empresa con respeto y actitud de tolerancia. 18) Adaptarse a diferentes puestos de

	trabajo y nuevas situaciones laborales, originados por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos 19) Participar en el trabajo en equipo respetando la jerarquía definida en la organización.
2. El alumno debe ser capaz de transmitir información de forma oral, vinculándola a los usos y costumbres socio profesionales habituales en la empresa.	9) Desempeñar las actividades de atención al cliente/usuario en el ámbito administrativo y comercial asegurando los niveles de calidad establecido y relacionados con la imagen de la empresa/institución. 13) Mantener el espíritu de innovación, de mejora de los procesos de producción y de actualización de conocimientos en el ámbito de su trabajo. 17) Participar en las actividades de la empresa con respeto y actitud de tolerancia. 18) Adaptarse a diferentes puestos de trabajo y nuevas situaciones laborales, originados por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos 19) Participar en el trabajo en equipo respetando la jerarquía definida en la organización.
3.- El alumno debe ser capaz de transmitir información de forma escrita, aplicando las técnicas de estilo a diferentes tipos de documentos propios de la empresa y de la Administración Pública.	1) Tramitar documentos o comunicaciones internas o externas en los circuitos de información de la empresa. 2) Elaborar documentos y comunicaciones a partir de órdenes recibidas o de información adquirida. 17) Participar en las actividades de la empresa con respeto y actitud de tolerancia. 18) Adaptarse a diferentes puestos de trabajo y nuevas situaciones laborales, originados por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos 19) Participar en el trabajo en equipo respetando la jerarquía definida en la organización.
4. El alumno debe ser capaz de archivar información en soporte papel e informático, reconociendo los criterios de eficiencia y ahorro en los trámites administrativos.	3) Clasificar, registrar y archivar comunicaciones y documentos según las técnicas apropiadas y los parámetros establecidos en la empresa 13) Mantener el espíritu de innovación, de mejora de los procesos de producción

	<p>y de actualización de conocimientos en el ámbito de su trabajo.</p> <p>17) Participar en las actividades de la empresa con respeto y actitud de tolerancia.</p> <p>18) Adaptarse a diferentes puestos de trabajo y nuevas situaciones laborales, originados por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos</p> <p>19) Participar en el trabajo en equipo respetando la jerarquía definida en la organización.</p>
5. El alumno debe ser capaz de reconocer necesidades de posibles clientes aplicando técnicas de comunicación	<p>9) Desempeñar las actividades de atención al cliente/usuario en el ámbito administrativo y comercial asegurando los niveles de calidad establecido y relacionados con la imagen de la empresa/institución.</p> <p>17) Participar en las actividades de la empresa con respeto y actitud de tolerancia.</p> <p>18) Adaptarse a diferentes puestos de trabajo y nuevas situaciones laborales, originados por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos</p> <p>19) Participar en el trabajo en equipo respetando la jerarquía definida en la organización.</p>
6. El alumno debe ser capaz de atender consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes aplicando la normativa vigente en materia de consumo.	<p>9) Desempeñar las actividades de atención al cliente/usuario en el ámbito administrativo y comercial asegurando los niveles de calidad establecido y relacionados con la imagen de la empresa/institución.</p> <p>17) Participar en las actividades de la empresa con respeto y actitud de tolerancia.</p> <p>18) Adaptarse a diferentes puestos de trabajo y nuevas situaciones laborales, originados por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos</p> <p>19) Participar en el trabajo en equipo respetando la jerarquía definida en la organización.</p>
7. El alumno debe ser capaz de Potenciar la imagen de empresa reconociendo y aplicando los elementos y herramientas del marketing.	<p>13) Mantener el espíritu de innovación, de mejora de los procesos de producción y de actualización de conocimientos en el ámbito de su trabajo.</p> <p>17) Participar en las actividades de la empresa con respeto y actitud de</p>

	<p>tolerancia.</p> <p>18) Adaptarse a diferentes puestos de trabajo y nuevas situaciones laborales, originados por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos</p> <p>19) Participar en el trabajo en equipo respetando la jerarquía definida en la organización.</p>
<p>8. El alumno debe ser capaz de aplicar procedimientos de calidad en la atención al cliente identificando los estándares establecidos.</p>	<p>9) Desempeñar las actividades de atención al cliente/usuario en el ámbito administrativo y comercial asegurando los niveles de calidad establecido y relacionados con la imagen de la empresa/institución.</p> <p>13) Mantener el espíritu de innovación, de mejora de los procesos de producción y de actualización de conocimientos en el ámbito de su trabajo.</p> <p>17) Participar en las actividades de la empresa con respeto y actitud de tolerancia.</p> <p>18) Adaptarse a diferentes puestos de trabajo y nuevas situaciones laborales, originados por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos</p> <p>19) Participar en el trabajo en equipo respetando la jerarquía definida en la organización.</p>

3.3 Relación de las competencias básicas con los criterios de evaluación

<p>1.- Selección de técnicas de comunicación empresarial:</p>	<p>1.- Se valorará si el alumno alcanza estas capacidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reconocer la necesidad de comunicación entre las personas. • Distinguir entre comunicación e información. • Distinguir los elementos y procesos que intervienen en la comunicación. • Reconocer los obstáculos que pueden existir en un proceso de comunicación. • Determinar la mejor forma y actitud a la hora de presentar el mensaje. • Identificar los conceptos de imagen y cultura de la empresa. • Diferenciar los tipos de organizaciones y su organigrama funcional. • Distinguir las comunicaciones internas y externas
--	--

	<p>y los flujos de información dentro de la empresa.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Seleccionar el destinatario y el canal adecuado para cada situación.
<p>2.- Transmisión de comunicación oral en la empresa:</p>	<p>2. Se valorará si el alumno alcanza estas capacidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificar los principios básicos a tener en cuenta en la comunicación verbal. • Identificar el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales. • Si ha tenido en cuenta las costumbres socioculturales y los usos empresariales. • Si ha identificado al interlocutor, observando las debidas normas de protocolo, adaptando su actitud y conversación a la situación de la que se parte. • Si ha elaborado el mensaje verbal, de manera concreta y precisa, valorando las posibles dificultades en su transmisión. • Si ha utilizado el léxico y expresiones adecuados al tipo de comunicación y a los interlocutores. • Si ha presentado el mensaje verbal elaborado utilizando el lenguaje no verbal más adecuado. • Si han utilizado equipos de telefonía e informáticos aplicando las normas básicas de uso. • Si ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y sensibilidad. • Si han analizado los errores cometidos y propuesto las acciones correctivas necesarias.
<p>3.- Transmisión de comunicación escrita en la empresa:</p>	<p>3. Se valorará si el alumno alcanza estas capacidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificar los soportes para elaborar y transmitir los documentos: tipo de papel, sobres y otros. • Identificar los canales de transmisión: correo convencional, correo electrónico, fax, mensajes cortos o similares. • Diferenciar los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad, y confidencialidad. • Identificar al destinatario observando las debidas normas de protocolo. • Clasificar las tipologías más habituales de docu-

	<p>mentos dentro de la empresa según su finalidad.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Redactar el documento apropiado, cumpliendo las normas ortográficas y sintácticas en función de su finalidad y de la situación de partida. • Identificar las herramientas de búsqueda de información para elaborar la documentación. • Utilizar las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos o autoedición. • Cumplimentar los libros de registro de entrada y salida de correspondencia y paquetería en soporte informático y/o convencional. • Utilizar la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos establecidos para las empresas e instituciones públicas y privadas. • Si ha aplicado, en la elaboración de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).
<p>4.- Archivo de la información en soporte papel e informático:</p>	<p>4. Se valorará si el alumno alcanza estas capacidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Describir la finalidad de organizar la información y los objetivos que se persiguen. • Diferenciar 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. • Identificar 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. • Identificar las principales bases de datos de las organizaciones, su estructura y funciones • Determinar el sistema de clasificación, registro y archivo apropiados al tipo de documentos. • Realizar árboles de archivos informáticos para ordenar la documentación digital. • Aplicar las técnicas de archivo en los intercambios de información telemática (intranet, extranet, correo electrónico). • Reconocer los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación y detectado los errores que pudieran producirse en él. • Respetar los niveles de protección, seguridad y acceso a la información, así como la normativa vigente

	<p>tanto en documentos físicos como en bases de datos informáticas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aplicar, en la elaboración y archivo de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).
<p>5.- Reconocimiento de necesidades de clientes:</p>	<p>5. Se valorará si el alumno alcanza estas capacidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar técnicas de comunicación y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente en situaciones de atención/asesoramiento al mismo. • Identificar las fases que componen el proceso de atención al cliente/consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación. • Reconocer los errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente. • Identificar el comportamiento del cliente. • Analizar las motivaciones de compra o demanda de un servicio del cliente. • Obtener, en su caso, la información histórica del cliente. • Adaptar adecuadamente la actitud y discurso a la situación de la que se parte. • Observar la forma y actitud adecuadas en la atención y asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado. • Distinguir las distintas etapas de un proceso comunicativo.
<p>6.- Atención de consultas, quejas y reclamaciones:</p>	<p>6. Se valorará si el alumno alcanza estas capacidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Describir las funciones del departamento de atención al cliente en empresas. • Interpretar la comunicación recibida por parte del cliente. • Identificar los elementos de la queja/reclamación. • Reconocer las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/reclamaciones. • Identificar y localizado la información que hay que suministrar al cliente. • Utilizar los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones • Cumplimentar, en su caso, un escrito de respuesta utilizando medios electrónicos u otros canales de comunicación.

	<ul style="list-style-type: none"> • Reconocer la importancia de la protección del consumidor. • Identificar la normativa en materia de consumo. • Diferenciar los tipos de demanda o reclamación.
7.- Potenciación de la imagen de la empresa:	<p>7. Se valorará si el alumno alcanza estas capacidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificar el concepto de marketing. • Reconocer las funciones principales del marketing. • Valorar la importancia del departamento de marketing. • Diferenciar los elementos y herramientas básicos que componen el marketing. • Valorar la importancia de la imagen corporativa para conseguir los objetivos de la empresa. • Valorar la importancia de las relaciones públicas y la atención al cliente para la imagen de la empresa. • Identificar la fidelización del cliente como un objetivo prioritario del marketing.
8.- Aplicación de procedimientos de calidad en la atención al cliente:	<p>8. Se valorará si el alumno alcanza estas capacidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificar los factores que influyen en la prestación del servicio al cliente. • Describir las fases del procedimiento de relación con los clientes. • Describir los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio. • Valorar la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos. • Detectar los errores producidos en la prestación del servicio. • Aplicar el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas.

4.- CONTENIDOS

Los contenidos que se pretende que el alumno adquiera mediante el proceso de enseñanza-aprendizaje son los siguientes:

4.1 Contenidos conceptuales (c)

1.- Selección de técnicas de comunicación empresarial:

- Elementos y barreras de la comunicación.
- Comunicación e información y comportamiento
- Las relaciones humanas y laborales en la empresa.
- La organización empresarial. Organigramas.
- Principios y tipos de organización empresarial.
- Departamentos y áreas funcionales tipo.
- Funciones del personal en la organización.
- 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.

2.- 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.
- La comunicación no verbal.
- La comunicación verbal dentro del ámbito de la empresa.
- 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.
- Comunicaciones en la recepción de visitas: acogida, identificación, gestión, despedida

3.- Transmisión de comunicación escrita en la empresa:

- La comunicación escrita en la empresa.
- Normas de comunicación y expresión escrita.
- Características principales de la correspondencia comercial.
- La carta comercial. Estructura, estilos y clases.

- Formatos tipo de documentos de uso en la empresa y en las Administraciones Públicas.
- Medios y equipos ofimáticos y telemáticos.
- El correo electrónico.
- La recepción, envío y registro de la correspondencia.
- Servicios de correos, circulación interna de correspondencia y paquetería.
- Aplicación de procedimientos de seguridad y confidencialidad de la información.

4.- Archivo de la información en soporte papel e informático:

Archivo de la información en soporte papel:

- Clasificación y ordenación de documentos.
- Normas de clasificación. Ventajas e inconvenientes.
- 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.
- Centralización o descentralización del archivo.
- El proceso de archivo.
- 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.
- Organización en carpetas del correo electrónico y otros sistemas de comunicación telemática.

5.- 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.

6.- Atención de consultas, quejas y reclamaciones:

- El departamento de atención al cliente. Funciones.
- Valoración del cliente de la atención recibida: reclamación, queja, sugerencias, felicitación.
- Elementos de una queja o reclamación.
- Las fases de la resolución de quejas/reclamaciones.
- El consumidor.
- Instituciones de consumo:
- Normativa en materia de consumo:
- Procedimiento de recogida de las reclamaciones y denuncias.
- Tramitación y gestión.

7.- Potenciación de la imagen de la empresa:

- El marketing en la actividad económica: su influencia en la imagen de la empresa.
- Naturaleza y alcance del marketing.
- Políticas de comunicación.
 - La publicidad: Concepto, principios y objetivos.
 - Las relaciones públicas.
- La Responsabilidad Social Corporativa

8.- Aplicación de procedimientos de calidad en la atención al cliente:

- La calidad de servicio como elemento de la competitividad de la empresa.
- Tratamiento de anomalías producidas en la prestación del servicio.
- Procedimientos de control del servicio.
- Evaluación y control del servicio.
- Control del servicio postventa.
- La fidelización del cliente.

4.2 Contenidos procedimentales (p)

1. Desarrollo de la habilidad comunicativa oral en un registro formalizado.
2. Desarrollo de la habilidad comunicativa escrita en un registro formalizado.
3. Desarrollo de una técnica eficaz de recogida y transmisión de mensajes.
4. Desarrollo de la capacidad de atender una centralita telefónica.
5. Redacción y realización de diferentes documentación administrativa utilizando sistemas informáticos.
6. Uso de los procedimientos de adquisición de información basados en internet.
7. Uso del correo electrónico como procedimiento de comunicación interno y externo en el funcionamiento de la empresa.
8. Uso del SMS y del fax como procedimiento de comunicación interno y externo en el funcionamiento de la empresa.
9. Cumplimentación del registro de correspondencia y paquetería.
10. Distribuir la correspondencia y la paquetería recibida a los distintos departamentos y personas de la empresa.
11. Puesta en práctica de las distintas técnicas de organización de los archivos de la empresa.
12. Utilización de los diferentes métodos de clasificación de los documentos que se producen en la empresa.
13. Utilización de las distintas fuentes de datos disponibles en una empresa en la de realización de documentos concretos.
14. Desarrollo de la habilidad de atención al público en situaciones distintas: quejas, reclamaciones, devoluciones...

4.3 Contenidos actitudinales (a)

- Actitud de respeto hacia la asignatura y los contenidos que en esta se desarrollan.
- Valoración positiva del esfuerzo personal como medio para la superación de retos personales y profesionales.
- Desarrollo de la capacidad de trabajo en equipo y valoración positiva de este sistema de trabajo.
- Actitud propicia al respeto interpersonal.
- Actitud de comprensión y respeto de las jerarquías profesionales a la vez que se preserva la integridad personal.
- Valoración positiva del estudio y del trabajo intelectual como vías importantes para el desarrollo personal y profesional.
- Observación de unos hábitos adecuados al contexto académico

5.- UNIDADES DIDÁCTICAS:

5.1 Título de la unidad

UNIDAD 1 La Comunicación empresarial	
CCBB	<p>17) Participar en las actividades de la empresa con respeto y actitud de tolerancia.</p> <p>18) Adaptarse a diferentes puestos de trabajo y nuevas situaciones laborales, originados por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos</p> <p>19) Participar en el trabajo en equipo respetando la jerarquía definida en la organización.</p>
Objetivos didácticos	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer los elementos de la comunicación. • Identificar los obstáculos y barreras de la comunicación. • Conocer la diferencia entre comunicación, información y comportamiento. • Distinguir las comunicaciones internas y externas de la empresa. • Distinguir las relaciones humanas y laborales de la empresa.
Contenidos C/P/A	<p>1.1. Elementos de la comunicación.</p> <p>1.2. Barreras de la comunicación.</p> <p>1.3. Comunicación, información y comportamiento.</p> <p>1.3.1. La comunicación.</p> <p>1.3.2. La información.</p> <p>1.3.3. El comportamiento.</p> <p>1.4. La comunicación interna en la empresa.</p> <p>1.5. Las relaciones humanas y laborales en la empresa.</p> <p>1.5.1. Relaciones humanas.</p> <p>1.5.2. Relaciones laborales.</p> <p>1.6. La comunicación externa en la empresa, la publicidad y las relaciones públicas.</p>
Criterios de evaluación	<p>1.- Se valorará si el alumno alcanza estas capacidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reconocer la necesidad de comunicación entre las personas. • Distinguir entre comunicación e información. • Distinguir los elementos y procesos que intervienen en la comunicación. • Reconocer los obstáculos que pueden existir en un proceso de comunicación. • Determinar la mejor forma y actitud a la hora de presentar el mensaje. • Identificar los conceptos de imagen y cultura de la empresa. • Diferenciar los tipos de organizaciones y su organigrama funcional. • Distinguir las comunicaciones internas y externas y los flujos de información dentro de la empresa. • Seleccionar el destinatario y el canal adecuado para cada situación.

UNIDAD 2 Medios y equipos ofimáticos y telemáticos. El correo electrónico	
CCBB	<p>1) Tramitar documentos o comunicaciones internas o externas en los circuitos de información de la empresa.</p> <p>17) Participar en las actividades de la empresa con respeto y actitud de tolerancia.</p> <p>18) Adaptarse a diferentes puestos de trabajo y nuevas situaciones laborales, originados por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos</p> <p>19) Participar en el trabajo en equipo respetando la jerarquía definida en la organización.</p>
Objetivos didácticos	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer los diferentes equipos ofimáticos e informáticos más utilizados por las empresas. • Identificar cada uno de los componentes de los equipos informáticos, así como el software de base. • Elegir el medio ofimático e informático más adecuado para la elaboración de cada documento. • Saber cuál es el medio ofimático e informático más adecuado para la transmisión de cada documento.
Contenidos C/P/A	<p>2.1. La telemática.</p> <p>2.2. El ordenador.</p> <p>2.2.1. La unidad central de proceso (CPU).</p> <p>2.2.2. La memoria externa.</p> <p>2.2.3. Los conectores del PC.</p> <p>2.2.4. Los periféricos.</p> <p>2.3. El correo electrónico (<i>email</i>).</p> <p>2.4. Otros medios y equipos de elaboración y reproducción de documentos.</p> <p>2.4.1. El fax.</p> <p>2.4.2. La estenotipia.</p> <p>2.4.3. La fotocopidora y la multicopista.</p>
Criterios de evaluación	<p>4. Se valorará si el alumno alcanza estas capacidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Describir la finalidad de organizar la información y los objetivos que se persiguen. • Diferenciar 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. • Identificar 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. • Identificar las principales bases de datos de las organizaciones, su estructura y funciones • Determinar el sistema de clasificación, registro y archivo apropiados al tipo de documentos. • Realizar árboles de archivos informáticos para ordenar la documentación digital. • Aplicar las técnicas de archivo en los intercambios de información telemática (intranet, extranet, correo electrónico). • Reconocer los procedimientos de consulta y conservación

	<p>de la información y documentación y detectado los errores que pudieran producirse en él.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Respetar 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. • Aplicar, en la elaboración y archivo de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).
--	---

UNIDAD 3 Organización de la empresa	
CCBB	<p>17) Participar en las actividades de la empresa con respeto y actitud de tolerancia.</p> <p>18) Adaptarse a diferentes puestos de trabajo y nuevas situaciones laborales, originados por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos</p> <p>19) Participar en el trabajo en equipo respetando la jerarquía definida en la organización.</p>
Objetivos didácticos	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer las diferencias básicas entre el modelo de organización jerárquica o funcional. • Identificar los diferentes departamentos que componen una empresa tipo. • Relacionar las diferentes actividades que se realizan en la empresa con los departamentos que corresponden. • Explicar las normas básicas de elaboración de organigramas. • Saber diseñar el organigrama parcial o total de una empresa. • Interpretar y analizar organigramas funcionales de empresas.
Contenidos C/P/A	<p>1.1. Principios y tipos de organización empresarial.</p> <p>1.2. La organización empresarial. Organigramas.</p> <p>1.2.1. Elaboración de organigramas.</p> <p>1.2.2. Clasificación de los organigramas.</p> <p>1.3. Departamentos y áreas funcionales tipo de la empresa. Función de personal.</p>
Criterios de evaluación	<p>1.- Se valorará si el alumno alcanza estas capacidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reconocer la necesidad de comunicación entre las personas. • Distinguir entre comunicación e información. • Distinguir los elementos y procesos que intervienen en la comunicación. • Reconocer los obstáculos que pueden existir en un proceso de comunicación. • Determinar la mejor forma y actitud a la hora de presentar el mensaje. • Identificar los conceptos de imagen y cultura de la empresa. • Diferenciar los tipos de organizaciones y su organigrama funcional.

	<ul style="list-style-type: none"> • Distinguir las comunicaciones internas y externas y los flujos de información dentro de la empresa. • Seleccionar el destinatario y el canal adecuado para cada situación
--	--

UNIDAD 4 La comunicación escrita en la empresa. Las comunicaciones breves.	
CCBB	1) Tramitar documentos o comunicaciones internas o externas en los circuitos de información de la empresa. 2) Elaborar documentos y comunicaciones a partir de órdenes recibidas o de información adquirida. 17) Participar en las actividades de la empresa con respeto y actitud de tolerancia. 18) Adaptarse a diferentes puestos de trabajo y nuevas situaciones laborales, originados por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos 19) Participar en el trabajo en equipo respetando la jerarquía definida en la organización.
Objetivos didácticos	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer las normas de redacción, contenido y esquema que deben reunir las comunicaciones breves. • Identificar las características y diferencias de este tipo de comunicación escrita. • Elaborar los diferentes tipos de comunicaciones breves de régimen interno y externo de la empresa, utilizando un procesador de textos. • Conocer las reglas de ortografía y los signos de puntuación.
Contenidos C/P/A	4.1. La comunicación escrita en la empresa. 4.2. Características de la correspondencia comercial. Normas de comunicación y expresión escrita. 4.3. Documentos breves de uso en la empresa. 4.3.1. El aviso o anuncio. 4.3.2. El memorándum. 4.3.3. El saluda. 4.3.4. La invitación.
Criterios de evaluación	3. Se valorará si el alumno alcanza estas capacidades: <ul style="list-style-type: none"> • Identificar los soportes para elaborar y transmitir los documentos: tipo de papel, sobres y otros. • Identificar los canales de transmisión: correo convencional, correo electrónico, fax, mensajes cortos o similares. • Diferenciar los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad, y confidencialidad. • Identificar al destinatario observando las debidas normas de protocolo. • Clasificar las tipologías más habituales de documentos dentro de la empresa según su finalidad. • Redactar el documento apropiado, cumpliendo las normas ortográficas y sintácticas en función de su finalidad y de la situación de partida.

	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar las herramientas de búsqueda de información para elaborar la documentación. • Utilizar las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos o autoedición. • Cumplimentar los libros de registro de entrada y salida de correspondencia y paquetería en soporte informático y/o convencional. • Utilizar la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos establecidos para las empresas e instituciones públicas y privadas. • Si ha aplicado, en la elaboración de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).
--	--

UNIDAD 5 La comunicación escrita en la empresa. La carta comercial	
CCBB	1) Tramitar documentos o comunicaciones internas o externas en los circuitos de información de la empresa. 2) Elaborar documentos y comunicaciones a partir de órdenes recibidas o de información adquirida. 17) Participar en las actividades de la empresa con respeto y actitud de tolerancia. 18) Adaptarse a diferentes puestos de trabajo y nuevas situaciones laborales, originados por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos 19) Participar en el trabajo en equipo respetando la jerarquía definida en la organización.
Objetivos didácticos	<ul style="list-style-type: none"> • Entender la importancia de la correspondencia comercial en el mundo de la empresa. • Conocer las normas de redacción y contenido que debe reunir la correspondencia comercial. • Distinguir entre los diferentes estilos de cartas comerciales. • Elaborar los diferentes modelos de cartas comerciales utilizando un procesador de textos. • Saber utilizar las abreviaturas de uso comercial más usuales.
Contenidos C/P/A	5.1 La carta comercial: aspectos formales. 5.1.1 Estilos de cartas comerciales. 5.2 Contenido y estructura de la carta comercial. 5.2.1 Encabezamiento. 5.2.2 Texto o cuerpo de la carta. 5.2.3 Cierre. 5.3 Tipos de cartas comerciales. 5.3.1 Cartas de oferta. 5.3.2 Cartas de petición de información. 5.3.3 Cartas de pedido. 5.3.4 Cartas de envío de mercancías. 5.3.5 Cartas de reclamación de mercancías. 5.3.6 Cartas de reclamación de pagos. 5.3.7 La carta circular.

Criterios de evaluación	<p>3. Se valorará si el alumno alcanza estas capacidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificar los soportes para elaborar y transmitir los documentos: tipo de papel, sobres y otros. • Identificar los canales de transmisión: correo convencional, correo electrónico, fax, mensajes cortos o similares. • Diferenciar los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad, y confidencialidad. • Identificar al destinatario observando las debidas normas de protocolo. • Clasificar las tipologías más habituales de documentos dentro de la empresa según su finalidad. • Redactar el documento apropiado, cumpliendo las normas ortográficas y sintácticas en función de su finalidad y de la situación de partida. • Identificar las herramientas de búsqueda de información para elaborar la documentación. • Utilizar las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos o autoedición. • Complimentar los libros de registro de entrada y salida de correspondencia y paquetería en soporte informático y/o convencional. • Utilizar la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos establecidos para las empresas e instituciones públicas y privadas. • Si ha aplicado, en la elaboración de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).
-------------------------	--

UNIDAD 6 Otros documentos de uso en la empresa y las administraciones públicas	
CCBB	<p>1) Tramitar documentos o comunicaciones internas o externas en los circuitos de información de la empresa.</p> <p>2) Elaborar documentos y comunicaciones a partir de órdenes recibidas o de información adquirida.</p> <p>17) Participar en las actividades de la empresa con respeto y actitud de tolerancia.</p> <p>18) Adaptarse a diferentes puestos de trabajo y nuevas situaciones laborales, originados por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos</p> <p>19) Participar en el trabajo en equipo respetando la jerarquía definida en la organización.</p>
Objetivos didácticos	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer las normas de redacción, el contenido y el esquema que deben reunir el acta y el certificado. • Valorar la importancia y las normas de redacción, el contenido y el esquema de los escritos que el ciudadano dirige a la Administración, y viceversa: la instancia y el oficio. • Elaborar actas y certificados utilizando un procesador de texto. • Preparar instancias y oficios utilizando un procesador de textos.

	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer la ortografía de los números, algunos gentilicios y reglas de los números romanos.
Contenidos C/P/A	<p>6.1. El acta de reunión.</p> <p>6.2. El certificado.</p> <p>6.3. La solicitud o instancia.</p> <p>6.4. El oficio.</p> <p>6.5. El informe.</p> <p>6.5.1. Tipos de informe</p>
Criterios de evaluación	<p>. Se valorará si el alumno alcanza estas capacidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificar los soportes para elaborar y transmitir los documentos: tipo de papel, sobres y otros. • Identificar los canales de transmisión: correo convencional, correo electrónico, fax, mensajes cortos o similares. • Diferenciar los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad, y confidencialidad. • Identificar al destinatario observando las debidas normas de protocolo. • Clasificar las tipologías más habituales de documentos dentro de la empresa según su finalidad. • Redactar el documento apropiado, cumpliendo las normas ortográficas y sintácticas en función de su finalidad y de la situación de partida. • Identificar las herramientas de búsqueda de información para elaborar la documentación. • Utilizar las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos o autoedición. • Complimentar los libros de registro de entrada y salida de correspondencia y paquetería en soporte informático y/o convencional. • Utilizar la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos establecidos para las empresas e instituciones públicas y privadas. • Si ha aplicado, en la elaboración de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).

UNIDAD 7 La correspondencia. El servicio de Correos	
CCBB	<p>1) Tramitar documentos o comunicaciones internas o externas en los circuitos de información de la empresa.</p> <p>2) Elaborar documentos y comunicaciones a partir de órdenes recibidas o de información adquirida.</p> <p>17) Participar en las actividades de la empresa con respeto y actitud de tolerancia.</p> <p>18) Adaptarse a diferentes puestos de trabajo y nuevas situaciones laborales, originados por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos</p> <p>19) Participar en el trabajo en equipo respetando la jerarquía definida en la organización.</p>
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar los distintos tipos de sobres.

didácticos	<ul style="list-style-type: none"> • Complimentar debidamente las direcciones postales y remites. • Confeccionar con corrección el registro de entrada y salida de la correspondencia. • Rellenar correctamente el registro de entrada y salida de fax. • Identificar los diferentes servicios que ofrece Correos y Telégrafos. • Complimentar con corrección los impresos oficiales de Correos y Telégrafos.
Contenidos C/P/A	<p>7.1. La circulación interna de la correspondencia.</p> <p>7.2. El sobre.</p> <p>7.3. Dirección del destinatario y del remitente.</p> <p>7.3.1. Direcciones del destinatario.</p> <p>7.3.2. Remites.</p> <p>7.4. Registro de la correspondencia.</p> <p>7.5. Registro de fax.</p> <p>7.6. El servicio de correos.</p> <p>7.6.1. Envíos urgentes.</p> <p>7.6.2. Básicos.</p> <p>7.6.3. Paquetería.</p> <p>7.6.4. Empresariales.</p> <p>7.6.5. Financieros.</p> <p>7.6.6. Telecomunicación.</p> <p>7.6.7. Otros servicios.</p>
Criterios de evaluación	<p>. Se valorará si el alumno alcanza estas capacidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificar los soportes para elaborar y transmitir los documentos: tipo de papel, sobres y otros. • Identificar los canales de transmisión: correo convencional, correo electrónico, fax, mensajes cortos o similares. • Diferenciar los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad, y confidencialidad. • Identificar al destinatario observando las debidas normas de protocolo. • Clasificar las tipologías más habituales de documentos dentro de la empresa según su finalidad. • Redactar el documento apropiado, cumpliendo las normas ortográficas y sintácticas en función de su finalidad y de la situación de partida. • Identificar las herramientas de búsqueda de información para elaborar la documentación. • Utilizar las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos o autoedición. • Complimentar los libros de registro de entrada y salida de correspondencia y paquetería en soporte informático y/o convencional. • Utilizar la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos establecidos para las empresas e instituciones públicas y privadas.

	<ul style="list-style-type: none"> • Si ha aplicado, en la elaboración de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).
--	---

UNIDAD 8 Sistemas de ordenación y clasificación documental I	
CCBB	1) Tramitar documentos o comunicaciones internas o externas en los circuitos de información de la empresa. 2) Elaborar documentos y comunicaciones a partir de órdenes recibidas o de información adquirida. 3) Clasificar, registrar y archivar comunicaciones y documentos según las técnicas apropiadas y los parámetros establecidos en la empresa. 17) Participar en las actividades de la empresa con respeto y actitud de tolerancia. 18) Adaptarse a diferentes puestos de trabajo y nuevas situaciones laborales, originados por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos 19) Participar en el trabajo en equipo respetando la jerarquía definida en la organización.
Objetivos didácticos	<ul style="list-style-type: none"> • Entender la necesidad que hay en todas las empresas de ordenar y clasificar los diferentes tipos de documentos. • Entender el concepto de ordenación y clasificación documental. • Saber aplicar las normas y reglas de ordenación alfabética, numérica y alfanumérica. • Conocer los diferentes criterios de clasificación que existen. • Ser capaz de realizar una clasificación documental en cualquiera de los diferentes métodos de clasificación.
Contenidos C/P/A	8.1 Clasificación y ordenación de documentos. 8.2 Normas de clasificación. Ventajas e inconvenientes. 8.3 Sistema de ordenación y clasificación alfabético.
Criterios de evaluación	Se valorará si el alumno alcanza estas capacidades: <ul style="list-style-type: none"> • Describir la finalidad de organizar la información y los objetivos que se persiguen. • Diferenciar 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. • Identificar los soportes de archivo y registro y las prestacio-

	<p>nes de las aplicaciones informáticas específicas más utilizadas en función de las características de la información a almacenar.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificar las principales bases de datos de las organizaciones, su estructura y funciones • Determinar el sistema de clasificación, registro y archivo apropiados al tipo de documentos. • Realizar árboles de archivos informáticos para ordenar la documentación digital. • Aplicar las técnicas de archivo en los intercambios de información telemática (intranet, extranet, correo electrónico). • Reconocer los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación y detectado los errores que pudieran producirse en él. • Respetar 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. • Aplicar, en la elaboración y archivo de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).
--	---

UNIDAD 9 Sistemas de ordenación y clasificación documental II	
CCBB	<p>1) Tramitar documentos o comunicaciones internas o externas en los circuitos de información de la empresa.</p> <p>2) Elaborar documentos y comunicaciones a partir de órdenes recibidas o de información adquirida.</p> <p>3) Clasificar, registrar y archivar comunicaciones y documentos según las técnicas apropiadas y los parámetros establecidos en la empresa</p> <p>17) Participar en las actividades de la empresa con respeto y actitud de tolerancia.</p> <p>18) Adaptarse a diferentes puestos de trabajo y nuevas situaciones laborales, originados por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos</p> <p>19) Participar en el trabajo en equipo respetando la jerarquía definida en la organización.</p>
Objetivos didácticos	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer las normas y reglas del sistema de ordenación y clasificación cronológico. • Aplicar las normas y reglas del sistema de ordenación y clasificación geográfico. • Saber cuáles son las normas y reglas del sistema de ordenación y clasificación por asuntos. • Identificar los diferentes criterios de clasificación que existen. • Ser capaz de realizar una clasificación documental en cualquiera de los diferentes métodos de clasificación.
Contenidos	9.1. Sistema de ordenación y clasificación numérico.

C/P/A	<p>9.2. Sistema de ordenación y clasificación alfanumérico.</p> <p>9.3. Sistema de ordenación y clasificación cronológico.</p> <p>9.4. Sistema de ordenación y clasificación geográfico.</p> <p>9.5. Sistema de ordenación y clasificación por asuntos o materias.</p>
Criterios de evaluación	<p>. Se valorará si el alumno alcanza estas capacidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Describir la finalidad de organizar la información y los objetivos que se persiguen. • Diferenciar 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. • Identificar 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. • Identificar las principales bases de datos de las organizaciones, su estructura y funciones • Determinar el sistema de clasificación, registro y archivo apropiados al tipo de documentos. • Realizar árboles de archivos informáticos para ordenar la documentación digital. • Aplicar las técnicas de archivo en los intercambios de información telemática (intranet, extranet, correo electrónico). • Reconocer los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación y detectado los errores que pudieran producirse en él. • Respetar 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. • Aplicar, en la elaboración y archivo de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).

UNIDAD 10 Archivo de la información en soporte papel	
CCBB	<ol style="list-style-type: none"> 1) Tramitar documentos o comunicaciones internas o externas en los circuitos de información de la empresa. 2) Elaborar documentos y comunicaciones a partir de órdenes recibidas o de información adquirida. 3) Clasificar, registrar y archivar comunicaciones y documentos según las técnicas apropiadas y los parámetros establecidos en la empresa 17) Participar en las actividades de la empresa con respeto y actitud de tolerancia. 18) Adaptarse a diferentes puestos de trabajo y nuevas situaciones laborales, originados por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos 19) Participar en el trabajo en equipo respetando la jerarquía definida en la organización.

Objetivos didácticos	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer la finalidad de organizar la información. • Saber clasificar la información. • Diferenciar las técnicas de organización de la información. • Conocer el proceso del archivo. • Identificar los sistemas de archivo. • Conocer los sistemas de destrucción de documentos y los criterios para la confidencialidad de la información.
Contenidos C/P/A	<p>10.1. Naturaleza y finalidad del archivo.</p> <p>10.2. Archivo de documentos: captación, elaboración de datos y copia.</p> <p>10.3. Clasificación de la información.</p> <p>10.4. El proceso de archivo.</p> <p>10.5. Sistemas de archivo. Convencionales, por microfilm e informáticos.</p> <p>10.5.1. Archivos convencionales.</p> <p>10.5.2. Archivos por microfilm.</p> <p>10.5.3. Archivos informáticos.</p> <p>10.6. Centralización o descentralización del archivo.</p> <p>10.7. Confidencialidad de la información. Destrucción de la documentación</p> <p>10.7.1. Destrucción de la información.</p> <p>10.8. Confección y presentación de informes procedentes del archivo</p>
Criterios de evaluación	<p>Se valorará si el alumno alcanza estas capacidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Describir la finalidad de organizar la información y los objetivos que se persiguen. • Diferenciar 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. • Identificar 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. • Identificar las principales bases de datos de las organizaciones, su estructura y funciones • Determinar el sistema de clasificación, registro y archivo apropiados al tipo de documentos. • Realizar árboles de archivos informáticos para ordenar la documentación digital. • Aplicar las técnicas de archivo en los intercambios de información telemática (intranet, extranet, correo electrónico). • Reconocer los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación y detectado los errores que pudieran producirse en él. • Respetar 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. • Aplicar, en la elaboración y archivo de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).

UNIDAD 11 Archivo de la información en soporte informático	
CCBB	<p>9) Desempeñar las actividades de atención al cliente/usuario en el ámbito administrativo y comercial asegurando los niveles de calidad establecido y relacionados con la imagen de la empresa/institución.</p> <p>17) Participar en las actividades de la empresa con respeto y actitud de tolerancia.</p> <p>18) Adaptarse a diferentes puestos de trabajo y nuevas situaciones laborales, originados por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos</p> <p>19) Participar en el trabajo en equipo respetando la jerarquía definida en la organización.</p>
Objetivos didácticos	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer la normativa de protección de datos. • Identificar bases de datos, su estructura y funciones. • Conocer árboles de archivos informáticos. • Identificar y archivar correos electrónicos. • Aplicar el sistema de protección de datos en archivos informáticos
Contenidos C/P/A	<p>11.1 Procedimiento de protección de datos.</p> <p>11.1.1 ¿Cómo se realiza en la práctica este procedimiento de protección de inscripción de datos?</p> <p>11.2 Las bases de datos para el tratamiento de la información.</p> <p>11.3 Estructura y funciones de una base de datos.</p> <p>11.3.1 Funciones de una base de datos.</p> <p>11.4 Archivos y carpetas.</p> <p>11.5 Organización en carpetas del correo electrónico y otros sistemas de comunicación telemática.</p>
Criterios de evaluación	<p>6. Se valorará si el alumno alcanza estas capacidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Describir las funciones del departamento de atención al cliente en empresas. • Interpretar la comunicación recibida por parte del cliente. • Identificar los elementos de la queja/reclamación. • Reconocer las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/reclamaciones. • Identificar y localizado la información que hay que suministrar al cliente. • Utilizar los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones • Complimentar, en su caso, un escrito de respuesta utilizando medios electrónicos u otros canales de comunicación. • Reconocer la importancia de la protección del consumidor. • Identificar la normativa en materia de consumo. • Diferenciar los tipos de demanda o reclamación.

UNIDAD 12 La comunicación oral

CCBB	<p>1) Tramitar documentos o comunicaciones internas o externas en los circuitos de información de la empresa.</p> <p>9) Desempeñar las actividades de atención al cliente/usuario en el</p>
------	---

	<p>ámbito administrativo y comercial asegurando los niveles de calidad establecido y relacionados con la imagen de la empresa/institución.</p> <p>17) Participar en las actividades de la empresa con respeto y actitud de tolerancia.</p> <p>18) Adaptarse a diferentes puestos de trabajo y nuevas situaciones laborales, originados por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos</p> <p>19) Participar en el trabajo en equipo respetando la jerarquía definida en la organización.</p>
Objetivos didácticos	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer la importancia de la comunicación verbal y no verbal. • Distinguir entre los componentes de la comunicación no verbal. • Saber cuáles son los requisitos mínimos para saber hablar y escuchar. • Reconocer una actuación correcta en un proceso de comunicación telefónico. • Adquirir la capacidad suficiente para poder realizar una comunicación telefónica en la recepción o con otro departamento de una empresa.
Contenidos C/P/A	<p>12.1 La inteligencia emocional.</p> <p>12.2 La comunicación no verbal: algunos componentes.</p> <p>12.1.1 La mirada.</p> <p>12.1.2 La expresión facial.</p> <p>12.1.3 Los gestos.</p> <p>12.1.4 La apariencia.</p> <p>12.3 Saber hablar.</p> <p>12.4 Saber escuchar.</p> <p>12.5 La comunicación telefónica.</p> <p>12.5.1 Componentes de la comunicación telefónica.</p> <p>12.5.2 La comunicación y las tecnologías de la información.</p>
Criterios de evaluación	<p>2. Se valorará si el alumno alcanza estas capacidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificar los principios básicos a tener en cuenta en la comunicación verbal. • Identificar el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales. • Si ha tenido en cuenta las costumbres socioculturales y los usos empresariales. • Si ha identificado al interlocutor, observando las debidas normas de protocolo, adaptando su actitud y conversación a la situación de la que se parte. • Si ha elaborado el mensaje verbal, de manera concreta y precisa, valorando las posibles dificultades en su transmisión. • Si ha utilizado el léxico y expresiones adecuados al tipo de comunicación y a los interlocutores. • Si ha presentado el mensaje verbal elaborado utilizando el lenguaje no verbal más adecuado. • Si han utilizado equipos de telefonía e informáticos aplicando las normas básicas de uso.

	<ul style="list-style-type: none"> • Si ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y sensibilidad. • Si han analizado los errores cometidos y propuesto las acciones correctivas necesarias.
--	--

UNIDAD 13 Reconocimiento de las necesidades de los clientes	
CCBB	<p>9) Desempeñar las actividades de atención al cliente/usuario en el ámbito administrativo y comercial asegurando los niveles de calidad establecido y relacionados con la imagen de la empresa/institución.</p> <p>17) Participar en las actividades de la empresa con respeto y actitud de tolerancia.</p> <p>18) Adaptarse a diferentes puestos de trabajo y nuevas situaciones laborales, originados por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos</p> <p>19) Participar en el trabajo en equipo respetando la jerarquía definida en la organización.</p>
Objetivos didácticos	<ul style="list-style-type: none"> • Saber diferenciar entre cliente interno y cliente externo. • Reconocer las necesidades de posibles clientes. • Describir las fases en la atención al cliente. • Identificar la percepción del cliente en la atención recibida.
Contenidos C/P/A	<p>13.1. Concepto e identificación del cliente: el cliente interno. El cliente externo.</p> <p>13.2. El conocimiento del cliente y sus motivaciones.</p> <p>13.3. Elementos de la atención al cliente.</p> <p>13.4. Fases de la atención al cliente.</p> <p>13.5. La percepción del cliente respecto a la atención recibida. La percepción del cliente.</p> <p>13.6. Los procesos en contacto con el cliente externo.</p>
Criterios de evaluación	<p>5. Se valorará si el alumno alcanza estas capacidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar técnicas de comunicación y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente en situaciones de atención/asesoramiento al mismo. • Identificar las fases que componen el proceso de atención al cliente/consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación. • Reconocer los errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente. • Identificar el comportamiento del cliente. • Analizar las motivaciones de compra o demanda de un servicio del cliente. • Obtener, en su caso, la información histórica del cliente. • Adaptar adecuadamente la actitud y discurso a la situación de la que se parte. • Observar la forma y actitud adecuadas en la atención y asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado.

	<ul style="list-style-type: none"> • Distinguir las distintas etapas de un proceso comunicativo.
UNIDAD 14 Atención de consultas, quejas y reclamaciones	
CCBB	<p>11) Cumplir con los objetivos de la producción, actuando conforme a los principios de responsabilidad y manteniendo relaciones profesionales adecuadas con los miembros del equipo de trabajo.</p> <p>12) Resolver problemas y tomar decisiones individuales siguiendo las normas y procedimientos establecidos, definidos dentro del ámbito de su competencia.</p> <p>13) Mantener el espíritu de innovación, de mejora de los procesos de producción y de actualización de conocimientos en el ámbito de su trabajo.</p>
Objetivos didácticos	<ul style="list-style-type: none"> • Adquirir técnicas de atención al cliente. • Identificar las fases que componen el proceso de atención al te. • Reconocer el comportamiento del cliente. • Conocer las instituciones de consumo. • Adquirir conocimientos sobre resolución de conflictos.
Contenidos C/P/A	<p>14.1. El departamento de atención al cliente: funciones.</p> <p>14.2. Valoración del cliente sobre la atención recibida.</p> <p>14.3. Elementos de una queja o reclamación</p> <p>14.4. Las fases de la resolución de quejas y reclamaciones.</p> <p>14.5. El consumidor.</p> <p>14.6. Normativa en materia de consumo.</p> <p>14.7. Instituciones de consumo.</p> <p>14.8. Procedimiento y tramitación de las reclamaciones y denuncias.</p> <p>14.8.1 Trámites.</p>
Criterios de evaluación	<p>6. Se valorará si el alumno alcanza estas capacidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Describir las funciones del departamento de atención al cliente en empresas. • Interpretar la comunicación recibida por parte del cliente. • Identificar los elementos de la queja/reclamación. • Reconocer las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/reclamaciones. • Identificar y localizado la información que hay que suministrar al cliente. • Utilizar los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones • Complimentar, en su caso, un escrito de respuesta utilizando medios electrónicos u otros canales de comunicación. • Reconocer la importancia de la protección del consumidor. • Identificar la normativa en materia de consumo. • Diferenciar los tipos de demanda o reclamación.

UNIDAD 15 Potenciación de la imagen de la empresa	
CCBB	<p>16) Participar de forma activa en la vida económica, social y cultural, con una actitud crítica y responsable.</p> <p>17) Participar en las actividades de la empresa con respeto y actitud de tolerancia.</p> <p>18) Adaptarse a diferentes puestos de trabajo y nuevas situaciones laborales, originados por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos</p> <p>19) Participar en el trabajo en equipo respetando la jerarquía definida en la organización.</p>
Objetivos didácticos	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar el concepto y tipos de marketing. • Reconocer los elementos básicos del marketing. • Valorar la imagen corporativa de la empresa. • Conocer la importancia de las relaciones públicas y la publicidad. • Conocer cuáles son las ventajas de la fidelización del cliente.
Contenidos C/P/A	<p>15.1. El marketing en la actividad económica.</p> <p>15.2. Naturaleza y alcance del marketing.</p> <p>15.3. Elementos básicos del marketing.</p> <p>15.4. Políticas de comunicación.</p> <p>15.4.1. La publicidad.</p> <p>15.4.2. Las relaciones públicas.</p> <p>15.4.3. La responsabilidad social corporativa.</p>
Criterios de evaluación	<p>7. Se valorará si el alumno alcanza estas capacidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificar el concepto de marketing. • Reconocer las funciones principales del marketing. • Valorar la importancia del departamento de marketing. • Diferenciar los elementos y herramientas básicos que componen el marketing. • Valorar la importancia de la imagen corporativa para conseguir los objetivos de la empresa. • Valorar la importancia de las relaciones públicas y la atención al cliente para la imagen de la empresa. • Identificar la fidelización del cliente como un objetivo prioritario del marketing.

UNIDAD 16 Aplicación de procedimientos de calidad en la atención al cliente	
CCBB	<p>11) Cumplir con los objetivos de la producción, actuando conforme a los principios de responsabilidad y manteniendo relaciones profesionales adecuadas con los miembros del equipo de trabajo.</p> <p>12) Resolver problemas y tomar decisiones individuales siguiendo las normas y procedimientos establecidos, definidos dentro del ámbito de su competencia.</p> <p>17) Participar en las actividades de la empresa con respeto y actitud de tolerancia.</p> <p>19) Participar en el trabajo en equipo respetando la jerarquía defi-</p>

	nida en la organización.
Objetivos didácticos	<ul style="list-style-type: none"> • Saber identificar los procedimientos y evaluación de control de servicio. • Detectar los errores que se han producido en la prestación de servicio. • Distinguir las funciones del servicio de control interno. • Conocer la importancia del servicio postventa.
Contenidos C/P/A	<p>16.1. La calidad de servicio como elemento de la competitividad de la empresa.</p> <p>16.2. Procedimientos y evaluación de control del servicio. Tratamiento de las anomalías producidas en la prestación del servicio.</p> <p>16.3. Control del servicio posventa.</p> <p>16.4. La fidelización del cliente.</p>
Criterios de evaluación	<p>8. Se valorará si el alumno alcanza estas capacidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificar los factores que influyen en la prestación del servicio al cliente. • Describir las fases del procedimiento de relación con los clientes. • Describir los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio. • Valorar la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos. • Detectar los errores producidos en la prestación del servicio. • Aplicar el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas.

5.2 Distribución temporal de las unidades didácticas

	TEMA	Nº Horas
1ª Evaluación	1. La comunicación empresarial	6
	2. Medios y equipos ofimáticos y telemáticos. El correo electrónico	6
	3. Organización de la empresa	Este tema se imparte en el módulo de Operaciones administrativas de Compraventa según acuerdo del departamento.
	4. La comunicación escrita en la empresa. Las comunicaciones breves.	14
	5. La comunicación escrita	22

	en la empresa. La carta comercial	
	6. Otros documentos de uso en la empresa y las administraciones públicas	14
2ª Evaluación	7. La correspondencia. El servicio de correos	4
	8. Sistemas de ordenación y clasificación documental I	15
	9. Sistemas de ordenación y clasificación documental II	14
	10. Archivo de la información en soporte papel.	6
	11. Archivo de la información en soporte informático.	6
	12. La comunicación oral	17
3ª Evaluación	13. Reconocimiento de las necesidades de los clientes.	8
	14. Atención de consultas, quejas y reclamaciones	8
	15. Potenciación de la imagen de la empresa	8
	16. Aplicación de procedimiento de calidad en la atención al cliente.	8
	Repaso, actividades complementarias	4
	TOTAL	160

6. METODOLOGÍA. ORIENTACIONES DIDÁCTICAS.

6.1 Metodología general y específica del área o materia

El aprendizaje de lo concerniente a comunicación escrita tratará de acercarse el máximo posible a su dimensión práctica, de modo que tras las mínimas introducciones teóricas, el alumno irá adquiriendo estas capacidades

mediante la continua redacción y revisión de documentos concretos adaptados a las necesidades más usuales de un entorno empresarial.

En relación con la comunicación oral, se seguirá idéntica pauta; es de reseñar que para la práctica de la atención telefónica se contará con una centralita telefónica que permitirá al alumno/a asumir más fácilmente su papel en este tipo de comunicaciones.

Respecto al módulo de clasificación y archivo, tras la indispensable revisión de los fundamentos teóricos, el alumno deberá afrontar la práctica a través de la organización, basada en una multiplicidad de criterios, de ficheros convencionales con carpetas, fichas, archivadores, etc.; igualmente se realizarán prácticas mediante archivos informatizados.

Para el resto de los contenidos los principios didácticos serán idénticamente prácticos.

6.2 En relación con cada unidad se seguirán las siguientes orientaciones pedagógicas

<p>1. La comunicación empresarial</p>	<p>En estos contenidos del modulo profesional se forma al alumno/a se familiarice con el proceso de comunicación con la empresa, comunicaciones internas, relaciones laborales y humanas y la comunicación externa.</p> <p>Todas las empresas saben que no existe una buena comunicación externa sin una buena gestión de comunicación interna, por lo que trabajan para intentar que haya un mayor entendimiento y una armonía entre los sistemas de transmisión y recepción de los mensajes que se emiten o que se quieren emitir entre la propia empresa y sus clientes, consumidores, proveedores y todos los agentes relacionados con su entorno.</p> <p>Igual o mayor importancia tiene la comunicación entre los propios miembros de la organización.</p>
<p>2. Medios y equipos ofimáticos y telemáticos.</p> <p>El correo electrónico</p>	<p>En estos contenidos del modulo profesional se forma al alumno/a se familiarice con los medios y equipos ofimáticos y telemáticos relacionados con la empresa que utilizara para el buen funcionamiento de la empresa.</p> <p>Desde que en 1714 Henry Mill obtuvo una patente en Gran Bretaña para reproducir una máquina de escribir hasta la aplicación de controles electrónicos que transforman la máquina de escribir en un procesador de datos, ha habido una constante evolución en el mercado.</p> <p>En esta unidad el alumno estudiará los diferentes medios de comunicación y transmisión de datos y los diferentes equipos de elaboración y reproducción de documentos que en la actualidad son los más utilizados por las empresas. También se incluyen algunas herramientas de internet.</p>

<p>3. Organización de la empresa</p>	<p>En estos contenidos del modulo profesional se forma al alumno/a se familiarice con la organización de la empresa y sus areas y departamentos que pueden existir dentro de su estructura.</p> <p>El estudio de la organización administrativa de la empresa comenzó a principios del siglo XX con el ingeniero norteamericano Frederick Taylor y el ingeniero francés Henri Fayol, que estudiaron los principios para organizar eficazmente las empresas.</p> <p>Mientras que en Estados Unidos Taylor desarrollaba la denominada Administración Científica, teoría basada en la observación y estudios del trabajo de los operarios en los talleres, en Francia surgió la llamada Teoría Clásica de la Administración, desarrollada por Fayol. Ambos perseguían el mismo objetivo: la eficiencia en las organizaciones.</p> <p>Con sus estudios hicieron un aporte fundamental al desarrollo de la administración moderna.</p>
<p>4. La comunicación escrita en la empresa. Las comunicaciones breves.</p>	<p>En estos contenidos del modulo profesional se forma al alumno/a se familiarice con la comunicación escrita de la empresa, iniciando con las comunicaciones breves.</p> <p>Existe la necesidad de entender la importancia de la comunicación escrita en el mundo de la empresa. En esta unidad se estudiarán las comunicaciones breves, comunicaciones que se producen dentro y fuera de la empresa y también el uso correcto de las reglas de ortografía y de los signos de puntuación.</p>
<p>5. La comunicación escrita en la empresa. La carta comercial</p>	<p>En estos contenidos del modulo profesional se forma al alumno/a se familiarice con la comunicación escrita de la empresa, continuando con la carta comercial.</p> <p>Cuando se firma y manda una carta comercial en su manera tradicional o a través del fax o del correo electrónico se debe tener en cuenta el dicho:</p> <p><i>«No se tiene una segunda oportunidad para obtener otra primera impresión».</i></p> <p>El contenido, la presentación y la correcta utilización de las normas de escritura son la base de una buena comunicación escrita. En esta unidad se estudiarán los diferentes modelos de cartas comerciales, su contenido y la estructura propia de la correspondencia mercantil, también algunas anotaciones de las abreviaturas comerciales, oficiales, de tratamiento y títulos de cortesía.</p>
<p>6. Otros documentos de uso en la</p>	<p>En estos contenidos del modulo profesional se forma al alumno/a se familiarice con otros documentos de uso</p>

<p>empresa y las administraciones públicas</p>	<p>dentro de la empresa y comunicación con las administraciones públicas.</p> <p>Se seguirán estudiando otras comunicaciones escritas que se producen en la empresa, así como las comunicaciones que se producen entre el particular y la Administración Pública, y viceversa. Revisaremos también la ortografía de los números, algunos gentilicios y las reglas de escritura de los números romanos.</p>
<p>7. La correspondencia. El servicio de correos</p>	<p>En estos contenidos del modulo profesional se forma al alumno/a se familiarice con la correspondencia y el servicio de correos.</p> <p>La importancia de la correspondencia mercantil ha quedado expuesta en unidades anteriores.</p> <p>En esta unidad se estudiará el registro de la correspondencia que se genera en la empresa, los tipos de sobres y la correcta colocación de las direcciones y remites. También los servicios que presta el Servicio de Correos y Telégrafos.</p>
<p>8. Sistemas de ordenación y clasificación documental I</p>	<p>En estos contenidos del modulo profesional se forma al alumno/a se familiarice con los diferentes sistemas de ordenación y clasificación documental, conociendo sus ventajas e inconvenientes y la necesidad de la ordenación</p> <p>En las empresas se genera un gran número de documentos y cuando se procede a ordenarlos, nos encontramos que son de diferentes tipos, procedencias y destinos.</p> <p>En cualquier organización se debe optar por un sistema de clasificación y ordenación documental, que permita a la empresa recoger y encontrar la información clasificada y archivada en el momento que la necesite.</p> <p>En esta unidad el alumno estudiará diferentes sistemas de clasificación de documentos; también dispondrá de suficientes ejercicios que le permitirán un aprendizaje práctico de los sistemas más utilizados en la empresa.</p>
<p>9. Sistemas de ordenación y clasificación documental II</p>	<p>En estos contenidos del modulo profesional se forma al alumno/a se familiarice con los diferentes sistemas de ordenación y clasificación documental, conociendo los diferentes sistemas de ordenación, numérico, alfanumérico, cronológico, geográficos, o por materias.</p> <p>Cualquier sistema de archivo necesita un método de clasificación y ordenación previa.</p> <p>En esta unidad, continuación de la unidad anterior, el</p>

	<p>alumno estudiará diferentes sistemas de clasificación de documentos. También dispondrá de suficientes ejercicios que le permitirán un aprendizaje práctico de los diferentes sistemas de ordenación más utilizados en la empresa.</p>
10. Archivo de la información en soporte papel.	<p>En estos contenidos del modulo profesional se forma al alumno/a se familiarice con el archivo de la información en soporte papel.</p> <p>El archivo es el espacio físico donde se conservan los documentos. Ese espacio físico o archivo contiene el conjunto de documentos producidos y recibidos en cualquier empresa, pública o privada, y en cualquier soporte, ya sea en papel o soporte informático.</p> <p>En esta unidad se explica cómo archivar. También se establece cómo conocer los sistemas de archivo más utilizados en la actualidad.</p>
11. Archivo de la información en soporte informático.	<p>En estos contenidos del modulo profesional se forma al alumno/a se familiarice con el archivo de la información en soporte informático, porque la mayoría de información será recibida por email o sistema interno de comunicación interna instantánea.</p> <p>Hoy día cualquier empresa opera con una gran cantidad de datos, tantos que apenas puede manejar y con los que fácilmente se incurre en errores. Para gestionar y almacenar toda esa información se utilizan las bases de datos, que facilitan el manejo de la información de una forma sencilla y clara.</p>
12. La comunicación oral	<p>En estos contenidos del modulo profesional se forma al alumno/a se familiarice con la comunicación oral y no verbal, así como para conocer y aplicar los usos y costumbres empresariales.</p> <p>La primera impresión que recibe una persona al llamar a una empresa es la de la atención telefónica que recibe. La imagen de la empresa a través de la imagen de la persona que contesta al teléfono es determinante.</p> <p>Una expresión oral eficiente es la base de una buena comunicación. En esta unidad el alumno encontrará las directrices para poder establecer una buena comunicación dentro y fuera de la empresa.</p>
13. Reconocimiento de las necesidades de los clientes.	<p>En estos contenidos del modulo profesional se forma al alumno/a se familiarice con el reconocer las necesidades de los clientes, sabiendo los elementos de una buena atención y estar predispuesto a percibir las necesidades del cliente.</p>

	<p>¿A quién se considera como un cliente? ¿Un cliente, es cualquier persona que compra un producto o servicio a una empresa u organización? En esta unidad estudiaremos el conocimiento del cliente y sus motivaciones, cómo se percibe al cliente y cuáles son los procesos en contacto con el cliente externo de la empresa.</p>
<p>14. Atención de consultas, quejas y reclamaciones</p>	<p>En estos contenidos del modulo profesional se forma al alumno/a se familiarice como atender las consultas, quejas y reclamaciones, así como la normativa en materia de consumo y el procedimiento de las reclamaciones y denuncias.</p> <p>Es muy importante para cualquier empresa saber cómo valoran los clientes la atención que han recibido en el establecimiento. En esta unidad vamos a definir y a describir los medios por los cuales un cliente puede realizar una queja, una reclamación, una sugerencia o una felicitación y también cuáles son las instituciones que amparan los derechos del consumidor.</p>
<p>15. Potenciación de la imagen de la empresa</p>	<p>En estos contenidos del modulo profesional se forma al alumno/a se familiarice como potenciar la imagen de la empresa, mediante el marketing.</p> <p>¿Por qué algunas empresas significan algo para el público en general, y otras no? Porque las empresas que reconocemos por su marca han creado una imagen empresarial o imagen corporativa.</p> <p>Para las empresas no solo basta con producir o con querer vender un producto o servicio, sino que además, resulta necesario estudiar el mercado para poder saber cuál va a ser su comportamiento y de esta manera, intentar proveer las necesidades que el propio mercado demanda. El principal objetivo de cualquier empresa es conseguir el mayor beneficio económico posible, para lo cual se llevan a cabo estudios de mercado.</p>
<p>16. Aplicación de procedimiento de calidad en la atención al cliente.</p>	<p>En estos contenidos del modulo profesional se forma al alumno/a se familiarice con la aplicación de procedimientos de calidad en la atención al cliente y control y evaluación del servicio/producto.</p> <p>Tradicionalmente la calidad de las empresas quedaba solamente vinculada a todo el proceso productivo. Desde hace relativamente poco tiempo, la mejora de la calidad es una estrategia empresarial que se dirige hacia todas las áreas de la empresa. En esta unidad se estudiará la aplicación de procedimientos de calidad en la atención al cliente.</p>

7. EVALUACIÓN

7.1 Criterios de evaluación

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

Criterios de evaluación:

- a) Se ha reconocido la necesidad de comunicación entre las personas.
- b) Se ha distinguido entre comunicación e información.
- c) Se han distinguido los elementos y procesos que intervienen en la comunicación.
- d) Se han reconocido los obstáculos que pueden existir en un proceso de comunicación.
- e) Se ha determinado la mejor forma y actitud a la hora de presentar el mensaje.
- f) Se han identificado los conceptos de imagen y cultura de la empresa.
- g) Se han diferenciado los tipos de organizaciones y su organigrama funcional.
- h) Se han distinguido las comunicaciones internas y externas y los flujos de información dentro de la empresa.
- i) Se ha seleccionado el destinatario y el canal adecuado para cada situación.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los principios básicos a tener en cuenta en la comunicación verbal.
- b) Se ha identificado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales.
- c) Se han tenido en cuenta las costumbres socioculturales y los usos empresariales.
- d) Se ha identificado al interlocutor, observando las debidas normas de protocolo, adaptando su actitud y conversación a la situación de la que se parte.
- e) Se ha elaborado el mensaje verbal, de manera concreta y precisa, valorando las posibles dificultades en su transmisión.
- f) Se ha utilizado el léxico y expresiones adecuados al tipo de comunicación y a los interlocutores.
- g) Se ha presentado el mensaje verbal elaborado utilizando el lenguaje no verbal más adecuado.
- h) Se han utilizado equipos de telefonía e informáticos aplicando las normas básicas de uso.

- i) Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y sensibilidad.
- j) Se han analizado los errores cometidos y propuesto las acciones correctivas necesarias.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los soportes para elaborar y transmitir los documentos: tipo de papel, sobres y otros.
- b) Se han identificado los canales de transmisión: correo convencional, correo electrónico, fax, mensajes cortos o similares.
- c) Se han diferenciado los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad, y confidencialidad.
- d) Se ha identificado al destinatario observando las debidas normas de protocolo
- e) Se han clasificado las tipologías más habituales de documentos dentro de la empresa según su finalidad.
- f) Se ha redactado el documento apropiado, cumpliendo las normas ortográficas y sintácticas en función de su finalidad y de la situación de partida.
- g) Se han identificado las herramientas de búsqueda de información para elaborar la documentación,
- h) Se han utilizado las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos o autoedición.
- i) Se han cumplimentado los libros de registro de entrada y salida de correspondencia y paquetería en soporte informático y/o convencional.
- j) Se ha utilizado la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos establecidos para las empresas e instituciones públicas y privadas.
- k) Se han aplicado, en la elaboración de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).

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

Criterios de evaluación:

- a) Se ha descrito la finalidad de organizar la información y los objetivos que se persiguen.
- b) Se han diferenciado las técnicas de organización de información que se pueden aplicar en una empresa o institución, así como los procedimientos habituales de registro, clasificación y distribución de la información en las organizaciones.
- c) Se han identificado los soportes de archivo y registro y las prestaciones de las aplicaciones informáticas específicas más utilizadas en función de las

características de la información a almacenar

- d) Se han identificado las principales bases de datos de las organizaciones, su estructura y funciones
 - e) Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiados al tipo de documentos.
 - f) Se han realizado árboles de archivos informáticos para ordenar la documentación digital.
 - g) Se han aplicado las técnicas de archivo en los intercambios de información telemática (intranet, extranet, correo electrónico).
 - h) Se han reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación y detectado los errores que pudieran producirse en él.
 - i) Se han respetado los niveles de protección, seguridad y acceso a la información, así como la normativa vigente tanto en documentos físicos como en bases de datos informáticas.
 - j) Se han aplicado, en la elaboración y archivo de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).
5. Reconoce necesidades de posibles clientes aplicando técnicas de comunicación.

Criterios de evaluación:

- a) Se han desarrollado técnicas de comunicación y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente en situaciones de atención/asesoramiento. al mismo.
- b) Se han identificado las fases que componen el proceso de atención al cliente/ consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación.
- c) Se han reconocido los errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente.
- d) Se ha identificado el comportamiento del cliente.
- e) Se han analizado las motivaciones de compra o demanda de un servicio del cliente
- f) Se 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.- Atiende consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes aplicando la normativa vigente en materia de consumo.

Criterios de evaluación:

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

Criterios de evaluación:

- a) Se ha identificado el concepto de marketing.
- b) Se han reconocido las funciones principales del marketing.
- c) Se ha valorado la importancia del departamento de marketing.
- a) Se han diferenciado los elementos y herramientas básicos que componen el marketing.
- b) Se ha valorado la importancia de la imagen corporativa para conseguir los objetivos de la empresa,
- c) Se ha valorado la importancia de las relaciones públicas y la atención al cliente para la imagen de la empresa.
- d) Se ha identificado la fidelización del cliente como un objetivo prioritario del marketing.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los factores que influyen en la prestación del servicio al cliente.
- b) Se han descrito las fases del procedimiento de relación con los clientes.
- c) Se han descrito los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio.
- d) Se ha valorado la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos.
- e) Se han detectado los errores producidos en la prestación del servicio.

- f) Se ha aplicado el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas.
- g) Se ha explicado el significado e importancia del servicio post-venta en los procesos comerciales.
- h) Se han definido las variables constitutivas del servicio post-venta y su relación con la fidelización del cliente.
- i) Se han identificado las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio post-venta.
- j) Se han descrito los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio post-venta, así como sus fases y herramientas.

7.2 Instrumentos de evaluación

- Pruebas objetivas.
- Ejercicios prácticos realizados en casa y en clase.
- Actitud del alumno ante la asignatura, compañeros, profesores, material y dotación del aula.
- Asistencia y puntualidad.

7.3 Tipos de evaluación

La evaluación es un componente básico en el proceso de enseñanza-aprendizaje. Además, debe ser coherente con las características del Ciclo Formativo, con los objetivos planteados y con la metodología utilizada. También, debe ser formativa y ha de servir para fomentar la reflexión, orientar y analizar el proceso educativo, por ello la evaluación tendrá que ser:

- **Continua**, para observar el proceso de aprendizaje.
- **Integral**, para considerar tanto la adquisición de nuevos conceptos, como los procedimientos, las actitudes, las capacidades de relación y comunicación y el desarrollo autónomo de cada alumno.
- **Individualizada**, para que se ajuste al proceso de aprendizaje de cada alumno y no de los alumnos en general. La evaluación individualizada suministra información al propio alumno sobre sus progresos y lo que puede conseguir según sus posibilidades.
- **Orientadora**, porque debe ofrecer información permanente sobre la evolución del alumnado con respecto al proceso de enseñanza-aprendizaje.

La evaluación del currículo programado pretende como objetivo principal la corrección de las desviaciones que se hubiesen producido durante el proceso de enseñanza-aprendizaje. Desde este punto de vista, cuando se evalúe se tendrán en cuenta los aspectos siguientes:

- La adecuación de los objetivos a las características del grupo.
- La consecución de las actividades programadas.
- La idoneidad de los procedimientos de evaluación utilizados.

- La adecuación de los criterios de calificación empleados.

7.4 Criterios de calificación

El curso se divide en tres evaluaciones. Las fechas están programadas en la PGA.

La nota de cada evaluación se hará teniendo en cuenta los siguientes criterios:

1.- Se realizará una o varias pruebas objetivas por evaluación: 80 % de la nota de evaluación

La nota de la evaluación será la nota media de las pruebas objetivas efectuadas en cada periodo a evaluar. Para hacer la nota media, será necesario tener todos los controles aprobados (nota mínima un 4).

2.- La asistencia a clase: 5 % de la nota de evaluación.

Se aplicará la normativa vigente a este respecto: ORDEN 79/2010, de 27 de agosto, de la Conselleria de Educación:

Si las faltas de asistencia no justificadas no superan el 15 %, la nota de evaluación será rebajada hasta un punto en proporción al número de faltas de asistencia.

Si las faltas de asistencia no justificadas superan el 15%: el alumno puede perder el derecho a la evaluación continua.

3.- Presentar los ejercicios realizados en la fecha indicada: 10 % de la nota de evaluación

La presentación de los ejercicios, además de suponer hasta el 10% de la calificación de cada periodo, es condición imprescindible para poder realizar las pruebas objetivas; los alumnos deben presentar los ejercicios prácticos en los impresos correspondientes debidamente ordenados, resueltos correctamente y en la fecha indicada.

4.- La actitud del alumno/a: 5 % de la nota de evaluación

Las calificaciones de cada periodo evaluatorio así como la final podrán ser reducidas hasta en un punto a causa de:

Incidencias causadas por la mala actitud del alumno/a en cuanto a los diferentes aspectos de convivencia dentro de la comunidad educativa.

Actitud negativa respecto a la actividad académica y al proceso de enseñanza-aprendizaje.

5.- Para tener en cuenta la puntuación de los apartados 2, 3 y 4, en el apartado 1, el alumno, como mínimo, deberá obtener una media de 4 puntos en las pruebas objetivas

En aplicación de lo dispuesto en el Reglamento de Régimen Interior, si un alumno no se presenta en la fecha indicada a un examen de evaluación, aunque esté justificada la falta, queda a criterio de la profesora si lo repite en otra fecha o si el alumno/a hará directamente la recuperación.

7.4.1 Recuperaciones:

Por cada evaluación se hará una recuperación mediante una prueba objetiva única de los temas impartidos en la evaluación a la que corresponda la

recuperación, en la fecha indicada en esta programación.

Es condición imprescindible para poder realizar la prueba objetiva de la recuperación que los alumnos presenten los ejercicios prácticos en los impresos correspondientes debidamente ordenados, resueltos correctamente y en la fecha indicada.

En las recuperaciones la nota máxima será de cinco puntos.

7.4.2 Convocatorias extraordinarias

Se aplicará la normativa vigente a este respecto: ORDEN 79/2010, de 27 de agosto, de la Conselleria de Educación:

Artículo 5:

b) Evaluación extraordinaria es aquella que se realiza con posterioridad al desarrollo de las actividades de los módulos profesionales, y en todo caso con posterioridad a una evaluación ordinaria del mismo carácter, aunque sea en un curso académico posterior.

Artículo 6:

2.1.4. Una sesión de evaluación final extraordinaria, con posterioridad a la realización de las actividades y/o pruebas de recuperación correspondientes y antes del inicio de las actividades lectivas del curso siguiente.

Para que un alumno/a pueda superar positivamente la convocatoria extraordinaria deberá:

1. Es condición imprescindible para poder realizar la prueba objetiva de la convocatoria extraordinaria que los alumnos presenten los ejercicios prácticos realizados durante el curso académico en los impresos correspondientes debidamente ordenados, resueltos correctamente y en la fecha indicada.

j) Superar la prueba objetiva, cuyo contenido será la materia impartida durante el curso académico, al menos con una nota de cuatro puntos.

k) La nota obtenida por el alumno en la convocatoria extraordinaria estará formada por un 10% por los ejercicios presentados y un 90% por la nota obtenida en la prueba objetiva.

7.5 Actividades de refuerzo y ampliación

En cada unidad didáctica hay programadas actividades de refuerzo y de ampliación de los conocimientos.

7.6 Evaluación del proceso de enseñanza y aprendizaje

La valoración del proceso de enseñanza aprendizaje así como de sus resultados se realizará mediante distintos procedimientos:

1. Cuestionarios para el alumno al final de cada unidad didáctica en que se indague:

- A propósito de la capacidad motivadora de los materiales utilizados, las dificultades encontradas, la pertinencia a juicio del alumno de los contenidos adquiridos, la adecuación de los procedimientos para la consecución de los objetivos de contenido. Sugerencias, críticas y posibles mejoras.

2. Breves coloquios con el grupo-clase en que se trate de obtener conclusiones a propósito de los cinco aspectos mencionados en el punto anterior.
3. Reflexión por parte del profesor valorando la profundidad y alcance de los conceptos adquiridos por los alumnos partiendo de la referencia aportada por la evaluación inicial; para ello se deberán tener en consideración todas las variables del proceso de enseñanza-aprendizaje: contexto del aula clase, funcionamiento del grupo, modelos de liderazgo establecidos en el mismo, motivación inicial de los alumnos, peculiaridades concretas en cuanto a edad, sexo, procedencia y nivel de formación, etc.

8.- MEDIDAS DE ATENCIÓN AL ALUMNADO CON NECESIDADES ESPECÍFICAS DE SOPORTE EDUCATIVO O NECESIDADES DE COMPENSACIÓN EDUCATIVA

Permitir al profesor individualizar el proceso de enseñanza-aprendizaje para ir adaptándolo a su ritmo de introducción de nuevos contenidos y así favorecer la individualización de la enseñanza.

La programación ha de ser planteada para dar respuesta a las necesidades educativas de todos los alumnos, manifestadas en los siguientes ámbitos:

a) Capacidad para aprender. Los contenidos se plantean para que se pueda graduar la dificultad, con la intervención del profesor, y se ajuste progresivamente a la capacidad para aprender qué diferencia a cada alumno.

b) Motivación por aprender. Está íntimamente ligada al futuro profesional de los alumnos, especialmente de aquellos que pretenden orientar su futuro profesional en el ámbito de las Administraciones públicas.

c) Estilo de aprendizaje. El estudio se puede abordar desde los diferentes estilos de aprendizaje de los alumnos: unos que parten de una perspectiva global para posteriormente tener en cuenta lo particular y otros que van de lo particular a lo general.

d) Interés de los alumnos. En la formación profesional este ámbito está íntimamente ligado a la motivación por aprender (incorporación al mundo profesional). Para despertar el interés de los alumnos muchas de las actividades propuestas se contextualizan en el ámbito educativo (instituto), geográfico (Comunidad Autónoma) e institucional (instituciones locales y autonómicas).

Los materiales han de permitir que, con una programación lo suficientemente abierta y flexible, para poder introducir los cambios que se estimen necesarios para dar respuesta a las diferentes capacidades para aprender, las diferentes motivaciones por aprender, los diferentes estilos de aprendizaje e interés de los alumnos.

De esta forma, las adaptaciones que se puedan hacer permiten facilitar la evolución individualizada de cada alumno para que puedan cumplir los objetivos de forma diferente trabajando los mismos contenidos.

9.- FOMENTO A LA LECTURA

Los objetivos que se pretende realizar con los alumnos son:

- a. Desarrollo de la competencia lectora.
- b. Dinamización de la lectura.
- c. Dinamización de la biblioteca escolar.

Cada trimestre los alumnos se leerán el libro que determine el departamento.

10.- UTILIZACIÓN DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

- a) Internet como fuente general de información.
- b) El correo electrónico como medio de comunicación.
- c) El procesador de texto como herramienta de aprendizaje.
- d) Elaboración de presentaciones multimedia.

11.- RECURSOS DIDÁCTICOS Y ORGANIZATIVOS

- Materiales curriculares de la editorial Paraninfo ISBN 978-84-283-3906-3, que comprende el libro de texto y material de apoyo en la web de la editorial y ampliación de conocimientos.
- Fotocopias ampliando los temas que la profesora considere oportunos y con ejercicios prácticos.
- Pizarra.
- Aula taller de informática dotada con un puesto de trabajo por alumno con conexión a internet.
- Proyector, aplicaciones informáticas, PowerPoint.
- Vídeos para proyectar referentes a la materia impartida en cada unidad.
- Revistas especializadas en materias a impartir.
- Archivadores y clasificadores

12.- ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS:

En este punto, se atenderá a las actividades programadas por el departamento de Administrativo en la programación General Anual.