

1.- INTRODUCCIÓN

1.1 DATOS DEL MÓDULO

Ciclo	Asistencia a la Dirección	Plan LOE	Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo
Modulo	CYAC (Bilingüe)	Curso	2023/2024
Normativa que regula el título	El Real Decreto 1582/2011, de 4 de noviembre establece el Título de Técnico Superior en Asistencia a la Dirección y se fijan sus enseñanzas mínimas. Orden de 29 de julio de 2015 que desarrolla el currículo correspondiente al Título de Técnico Superior en Asistencia a la Dirección en la Comunidad Autónoma de Andalucía.		
Plataforma Virtual	Plataforma:	Google Classroom	
	URL de Acceso:	https://classroom.google.com/	

DATOS DEL PROFESOR

Profesor	Cristina Flores Beato	Grupo / s	1º
Departamento	Administrativo		
Módulos	Comunicación y atención al cliente (Bilingüe)		
Centro	IES San Severiano		
E-mail	cristinafloresbeato@iessanseveriano.es		

1.- INTRODUCCIÓN AL MÓDULO

La competencia general de este título consiste la de organizar y ejecutar las operaciones de gestión y administración en los procesos comerciales, laborales, contables, fiscales y financieros de una empresa pública o privada, aplicando la normativa vigente y los protocolos de gestión de calidad, gestionando la información, asegurando la satisfacción del cliente y/o usuario y actuando según las normas de prevención de riesgos laborales y protección medioambiental.

2.-¿QUÉ VAMOS A APRENDER?

EVALUACION	Nº UNIDAD	UNIDAD DIDACTICA
1ªEVAL	0	UD0. Presentación del módulo, evaluación inicial.
	1	UD1. La organización empresarial
	2	UD2. La comunicación
	3	UD3. La comunicación oral en la empresa
2ªEVAL	4	UD4. Comunicación escrita en la empresa
	5	UD5. Documentos escritos en la comunicación empresarial
	6	UD6. Comunicación empresarial e imagen corporativa
3ªEVAL	7	UD7. Técnicas de comunicación y atención al cliente
	8	UD8. Servicio postventa. Gestión de consultas, quejas y reclamaciones
	9	UD9. Archivo, registro y recuperación de la información

3.- ¿CÓMO VAMOS A EVALUAR Y CALIFICAR?

En las evaluaciones parciales a criterio del profesor se podrán realizar una o más pruebas objetivas, es decir, se podrá realizar una por cada unidad didáctica, o por resultados de aprendizaje completos, así como actividades para trabajar los criterios de evaluación.

En el caso de la prueba específica, el alumnado deberá superar todas y cada una de ellas con una calificación igual o superior a 5 para superar cada evaluación parcial, y obtener un 5 en cada resultado de aprendizaje para realizar media. En el caso de que el alumnado no se presente a la prueba teórico práctica (o a las actividades por las que sean sustituidas las mismas, por ejemplo, para superar una unidad) sin un justificante médico, deberá realizar dicha prueba en la fecha de recuperación que se considere oportuna.

La calificación de la evaluación parcial será el resultado de la suma de los resultados de aprendizaje y sus criterios de evaluación que se hayan impartido en la evaluación elevados al 100%.

Se reitera que es condición indispensable para superar la evaluación parcial y final, superar con calificación igual o superior a 5 para superar cada resultado de aprendizaje y realizar la media.

Resultados de aprendizajes y criterios de evaluación	%RA Y %CE
RA.1 Caracteriza técnicas de comunicación institucional y promocional, distinguiendo entre internas y externas.	10%
a) Se han identificado los tipos de instituciones empresariales, describiendo sus características jurídicas, funcionales y organizativas.	7%
b) Se han relacionado las funciones tipo de la organización: dirección, planificación, organización, ejecución y control.	7%
c) Se ha identificado la estructura organizativa para una asistencia o la prestación de un servicio de calidad.	7%
d) Se han relacionado los distintos estilos de mando de una organización con el clima laboral que generan.	7%
e) Se han definido los canales formales de comunicación en la organización a partir de su organigrama.	12%
f) Se han diferenciado los procesos de comunicación internos formales e informales.	12%
g) Se ha valorado la influencia de la comunicación informal y las cadenas de rumores en las organizaciones, y su repercusión en las actuaciones del servicio de información prestado.	12%
h) Se ha relacionado el proceso de demanda de información de acuerdo con el tipo de cliente, interno y externo, que puede intervenir en la misma.	12%
i) Se ha valorado la importancia de la transmisión de la imagen corporativa de la organización en las comunicaciones formales.	12%
j) Se han identificado los aspectos más significativos que transmiten la imagen corporativa en las comunicaciones institucionales y promocionales de la organización.	12%
RA 2.Realiza comunicaciones orales presenciales y no presenciales, aplicando técnicas de comunicación y adaptándolas a la situación y al interlocutor.	20%

a)	Se han identificado los elementos y las etapas de un proceso de comunicación.	10%
b)	Se han aplicado las distintas técnicas de comunicación oral presencial y telefónica.	10%
c)	Se ha aplicado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales.	10%
d)	Se han identificado los elementos necesarios para realizar y recibir una llamada telefónica efectiva en sus distintas fases: preparación, presentación-identificación y realización de la misma.	10%
e)	Se han tenido en cuenta las costumbres socioculturales y los usos empresariales y se ha valorado la importancia de la transmisión de la imagen corporativa.	10%
f)	Se han detectado las interferencias que producen las barreras de la comunicación en la comprensión de un mensaje y se han propuesto las acciones correctivas necesarias.	10%
g)	Se ha utilizado el léxico y las expresiones adecuadas al tipo de comunicación y a los interlocutores.	10%
h)	Se han aplicado convenientemente elementos de comunicación no verbal en los mensajes emitidos.	10%
i)	Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y con sensibilidad.	10%
j)	Se han comprobado los errores cometidos y se han propuesto las acciones correctoras necesarias.	10%
RA.3 Elabora documentos escritos de carácter profesional, aplicando criterios lingüísticos, ortográficos y de estilo.		20%
a)	Se han identificado los soportes y los canales para elaborar y transmitir los documentos.	7%
b)	Se han diferenciado los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad y confidencialidad.	7%
c)	Se ha identificado al destinatario, observando las debidas normas de protocolo.	9%
d)	Se han diferenciado las estructuras y estilos de redacción propias de la documentación profesional	9%
e)	Se ha redactado el documento apropiado, utilizando una estructura, terminología y forma adecuadas, en función de su finalidad y de la situación de partida.	10%
f)	Se han utilizado las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos y autoedición, así como sus herramientas de corrección.	10%
g)	Se han publicado documentos con herramientas de la web 2.0.	9%
h)	Se ha adecuado la documentación escrita al manual de estilo de organizaciones tipo.	10%
i)	Se ha utilizado la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos, establecida para las empresas e instituciones públicas y privadas.	10%

j)	Se han aplicado, en la elaboración de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar y reciclar).	10%
k)	Se han aplicado técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones escritas, valorando su importancia para las organizaciones.	9%
RA.4 Determina los procesos de recepción, registro, distribución y recuperación de comunicaciones escritas, aplicando criterios específicos de cada una de estas tareas.		10%
a)	Se han identificado los medios, procedimientos y criterios más adecuados en la recepción, registro, distribución y transmisión de comunicación escrita a través de los medios telemáticos.	9%
b)	Se han determinado las ventajas e inconvenientes de la utilización de los distintos medios de transmisión de la comunicación escrita.	9%
c)	Se ha seleccionado el medio de transmisión más adecuado en función de los criterios de urgencia, coste y seguridad.	9%
d)	Se han identificado los soportes de archivo y registro más utilizados en función de las características de la información que se va a almacenar.	9%
	e) Se han analizado las técnicas de mantenimiento del archivo de gestión de correspondencia convencional..	9%
f)	Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiado al tipo de documentos	10%
g)	Se han reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación.	9%
h)	Se han respetado los niveles de protección, seguridad y acceso a la información según la normativa vigente y se han aplicado, en la elaboración y archivo de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar, reciclar).	9%
i)	Se han registrado los correos electrónicos recibidos o emitidos de forma organizada y rigurosa, según técnicas de gestión eficaz.	9%
j)	Se ha realizado la gestión y mantenimiento de libretas de direcciones.	9%
k)	Se ha valorado la importancia de la firma digital en la correspondencia electrónica.	9%
RA.5 Aplica técnicas de comunicación, identificando las más adecuadas en la relación y atención a los clientes/usuarios.		20%
a)	Se han aplicado técnicas de comunicación y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente/usuario en situaciones de atención/asesoramiento al mismo.	15%

b)	Se han identificado las fases que componen el proceso de atención al cliente/consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación.	15%
c)	Se ha adoptado la actitud más adecuada según el comportamiento del cliente ante diversos tipos de situaciones.	20%
d)	Se han analizado las motivaciones de compra o demanda de un producto o servicio por parte del cliente/usuario.	20%
e)	Se ha obtenido, en su caso, la información histórica del cliente.	5%
f)	Se ha aplicado la forma y actitud adecuadas en la atención y asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado.	15%
g)	Se han analizado y solucionado los errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente/usuario.	10%
RA.6 Gestiona consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes, aplicando la normativa vigente.		10%
a)	Se han descrito las funciones del departamento de atención al cliente en empresas.	10%
b)	Se ha valorado la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos.	10%
c)	Se ha interpretado la comunicación recibida por parte del cliente.	10%
d)	Se han diferenciado los tipos de demanda o reclamación.	10%
e)	Se ha gestionado la información que hay que suministrar al cliente.	10%
f)	Se han relacionado los elementos de la queja/reclamación con las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/reclamaciones.	10%
g)	Se han determinado los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones	10%
h)	Se han redactado escritos de respuesta, utilizando medios electrónicos u otros canales de comunicación.	10%
i)	Se ha valorado la importancia de la protección del consumidor.	10%
j)	Se ha aplicado la normativa en materia de consumo.	10%
RA7. Organiza el servicio postventa, relacionándolo con la fidelización del cliente.		10%
a)	Se ha valorado la importancia del servicio posventa en los procesos comerciales.	10%
b)	Se han identificado los elementos que intervienen en la atención posventa.	10%
c)	e han identificado las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio posventa.	10%

d)	Se han aplicado los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio posventa y los elementos que intervienen en la fidelización del cliente.	10%
e)	Se han distinguido los momentos o fases que estructuran el proceso de posventa.	10%
f)	Se han utilizado las herramientas de gestión de un servicio posventa.	10%
g)	Se han descrito las fases del procedimiento de relación con los clientes.	10%
h)	Se han descrito los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio.	10%
i)	Se han detectado y solventado los errores producidos en la prestación del servicio.	10%
j)	Se ha aplicado el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas	10%

Como se puede observar en las anteriores tablas, cada resultado de aprendizaje está compuesto por varios criterios de evaluación que se ponderan dentro del mismo. El docente informará al alumnado del peso de cada criterio a principios de cada resultado de aprendizaje y el instrumento con el que serán evaluados (prueba específica o prácticas evaluables). Los ejercicios prácticos solo serán evaluados si se presentan dentro del plazo estipulado para ello.

Minoración notal final por errores de ortografía

- Faltas de ortografía, de expresión, acentuación y mala presentación 0,20
- La puntuación total que el alumno pierde por estos conceptos se indicará y se restará de la nota final de cada práctica o prueba específica, con un máximo de hasta 1 punto.

La calificación final del módulo se calculará realizando la media ponderada de todos los resultados de aprendizaje impartidos durante el curso académico.

4.- ¿CÓMO VAMOS A RECUPERAR?

El alumnado que no haya superado alguna de las evaluaciones parciales, podrá recuperar la misma mediante la realización de una prueba específica que verse sobre los contenidos de la evaluación parcial no superada, dicha prueba consistirá en una parte teórica y en una práctica, debiendo superar ambas con una calificación igual o superior a 5. Esta recuperación se realizará en el trimestre siguiente o al final del trimestre (según indique el docente), exceptuando en el tercero que se realizará conjuntamente con las pruebas finales de junio.

5.- ¿QUÉ MATERIAL VAMOS A UTILIZAR?

Textos y actividades incluidos en la plataforma Google Classroom e internet.
Libro de texto Comunicación y atención al cliente. Macmillan. 2021.