

Comp. Espec.	Criterios evaluación		%	peso competencia	Cálculo valor CR
1.CAC.RA1	Caracteriza técnicas de comunicación institucional y promocional, distinguiendo entre internas y externas.		10	10	
1.CAC.RA1.CR1	a) Se han identificado los tipos de instituciones empresariales, describiendo sus características jurídicas, funcionales y organizativas.		10	10	MEDIA PONDERADA
1.CAC.RA1.CR2	b) Se han relacionado las funciones tipo de la organización: dirección, planificación, organización, ejecución y control.		10	10	MEDIA PONDERADA
1.CAC.RA1.CR3	c) Se ha identificado la estructura organizativa para una asistencia o la prestación de un servicio de calidad.		10	10	MEDIA PONDERADA
1.CAC.RA1.CR4	d) Se han relacionado los distintos estilos de mando de una organización con el clima laboral que generan.		10	10	MEDIA PONDERADA
1.CAC.RA1.CR5	e) Se han definido los canales formales de comunicación en la organización a partir de su organigrama.		10	10	MEDIA PONDERADA
1.CAC.RA1.CR6	f) Se han diferenciado los procesos de comunicación internos formales e informales.		10	10	MEDIA PONDERADA
1.CAC.RA1.CR7	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.		10	10	MEDIA PONDERADA
1.CAC.RA1.CR8	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.		10	10	MEDIA PONDERADA
1.CAC.RA1.CR9	i) Se ha valorado la importancia de la transmisión de la imagen corporativa de la organización en las comunicaciones formales.		10	10	MEDIA PONDERADA
1.CAC.RA1.CR10	j) Se han identificado los aspectos más significativos que transmiten la imagen corporativa en las comunicaciones institucionales y promocionales de la organización.		10	10	MEDIA PONDERADA
Comp. Espec.	Criterios evaluación		%	peso competencia	Cálculo valor CR
1.CAC.RA2	Realiza comunicaciones orales presenciales y no presenciales, aplicando técnicas de comunicación y adaptándolas a la situación y al interlocutor.		15	15	
1.CAC.RA2.CR1	a) Se han identificado los elementos y las etapas de un proceso de comunicación.		10	10	MEDIA PONDERADA
1.CAC.RA2.CR2	b) Se han aplicado las distintas técnicas de comunicación oral presencial y telefónica.		10	10	MEDIA PONDERADA
1.CAC.RA2.CR3	c) Se ha aplicado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presenciales.		10	10	MEDIA PONDERADA
1.CAC.RA2.CR4	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	10	MEDIA PONDERADA
1.CAC.RA2.CR5	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	10	MEDIA PONDERADA
1.CAC.RA2.CR6	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	10	MEDIA PONDERADA
1.CAC.RA2.CR7	g) Se ha utilizado el léxico y las expresiones adecuadas al tipo de comunicación y a los interlocutores.		10	10	MEDIA PONDERADA
1.CAC.RA2.CR8	h) Se han aplicado convenientemente elementos de comunicación no verbal en los mensajes emitidos.		10	10	MEDIA PONDERADA
1.CAC.RA2.CR9	i) Se ha valorado si la información es transmitida con claridad, de forma estructurada, con precisión, con cortesía, con respeto y con sensibilidad.		10	10	MEDIA PONDERADA
1.CAC.RA2.CR10	j) Se han comprobado los errores cometidos y se han propuesto las acciones correctoras necesarias.		10	10	MEDIA PONDERADA
Comp. Espec.	Criterios evaluación		%	peso competencia	Cálculo valor CR
1.CAC.RA3	Elabora documentos escritos de carácter profesional, aplicando criterios lingüísticos, ortográficos y de estilo.		15	15	
1.CAC.RA3.CR1	a) Se han identificado los soportes y los canales para elaborar y transmitir los documentos.		5	5	MEDIA PONDERADA
1.CAC.RA3.CR2	b) Se han diferenciado los soportes más apropiados en función de los criterios de rapidez, seguridad y confidencialidad.		5	5	MEDIA PONDERADA
1.CAC.RA3.CR3	c) Se ha identificado al destinatario, observando las debidas normas de protocolo.		10	10	MEDIA PONDERADA
1.CAC.RA3.CR4	d) Se han diferenciado las estructuras y estilos de redacción propias de la documentación profesional.		10	10	MEDIA PONDERADA
1.CAC.RA3.CR5	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	10	MEDIA PONDERADA
1.CAC.RA3.CR6	f) Se han utilizado las aplicaciones informáticas de procesamiento de textos y autoedición, así como sus herramientas de corrección.		10	10	MEDIA PONDERADA
1.CAC.RA3.CR7	g) Se han publicado documentos con herramientas de la web 2.0.		10	10	MEDIA PONDERADA
1.CAC.RA3.CR8	h) Se ha adecuado la documentación escrita al manual de estilo de organizaciones tipo.		10	10	MEDIA PONDERADA
1.CAC.RA3.CR9	i) Se ha utilizado la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos, establecida para las empresas e instituciones públicas y privadas.		10	10	MEDIA PONDERADA
1.CAC.RA3.CR10	j) Se han aplicado, en la elaboración de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar y reciclar).		10	10	MEDIA PONDERADA
1.CAC.RA3.CR11	k) Se han aplicado técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones escritas, valorando su importancia para las organizaciones.		10	10	MEDIA PONDERADA
Comp. Espec.	Criterios evaluación		%	peso competencia	Cálculo valor CR
1.CAC.RA4	Determina los procesos de recepción, registro, distribución y recuperación de comunicaciones escritas, aplicando criterios específicos de cada una de estas tareas.		15	15	
1.CAC.RA4.CR1	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.		10	10	MEDIA PONDERADA
1.CAC.RA4.CR2	b) Se han determinado las ventajas e inconvenientes de la utilización de los distintos medios de transmisión de la comunicación escrita.		10	10	MEDIA PONDERADA
1.CAC.RA4.CR3	c) Se ha seleccionado el medio de transmisión más adecuado en función de los criterios de urgencia, coste y seguridad.		10	10	MEDIA PONDERADA
1.CAC.RA4.CR4	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.		10	10	MEDIA PONDERADA
1.CAC.RA4.CR5	e) Se han analizado las técnicas de mantenimiento del archivo de gestión de correspondencia convencional.		10	10	MEDIA PONDERADA
1.CAC.RA4.CR6	f) Se ha determinado el sistema de clasificación, registro y archivo apropiado al tipo de documentos.		10	10	MEDIA PONDERADA
1.CAC.RA4.CR7	g) Se han reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación.		10	10	MEDIA PONDERADA
1.CAC.RA4.CR8	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).		10	10	MEDIA PONDERADA
1.CAC.RA4.CR9	i) Se han registrado los correos electrónicos recibidos o emitidos de forma organizada y rigurosa, según técnicas de gestión eficaz.		5	5	MEDIA PONDERADA
1.CAC.RA4.CR10	j) Se ha realizado la gestión y mantenimiento de libretas de direcciones.		5	5	MEDIA PONDERADA
1.CAC.RA4.CR11	k) Se ha valorado la importancia de la firma digital en la correspondencia electrónica.		10	10	MEDIA PONDERADA

Comp. Espec.	Criterios evaluación		%	peso competencia	Cálculo valor CR
1.CAC.RA5	Aplica técnicas de comunicación, identificando las más adecuadas en la relación y atención a los clientes usuarios.		15	15	
	1.CAC.RA5.CR1	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.		20	MEDIA PONDERADA
	1.CAC.RA5.CR2	b) Se han identificado las fases que componen el proceso de atención al cliente/consumidor/usuario a través de diferentes canales de comunicación.		10	MEDIA PONDERADA
	1.CAC.RA5.CR3	c) Se ha adoptado la actitud más adecuada según el comportamiento del cliente ante diversos tipos de situaciones.		20	MEDIA PONDERADA
	1.CAC.RA5.CR4	d) Se han analizado las motivaciones de compra o demanda de un producto o servicio por parte del cliente/usuario.		5	MEDIA PONDERADA
	1.CAC.RA5.CR5	e) Se ha obtenido, en su caso, la información histórica del cliente.		5	MEDIA PONDERADA
	1.CAC.RA5.CR6	f) Se ha aplicado la forma y actitud adecuadas en la atención y asesoramiento a un cliente en función del canal de comunicación utilizado.		20	MEDIA PONDERADA
	1.CAC.RA5.CR7	g) Se han analizado y solucionado los errores más habituales que se cometen en la comunicación con el cliente/usuario.		20	MEDIA PONDERADA
Comp. Espec.	Criterios evaluación		%	peso competencia	Cálculo valor CR
1.CAC.RA6	Gestiona consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes, aplicando la normativa vigente.		15	15	
	1.CAC.RA6.CR1	a) Se han descrito las funciones del departamento de atención al cliente en empresas.		10	MEDIA PONDERADA
	1.CAC.RA6.CR2	b) Se ha valorado la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos.		10	MEDIA PONDERADA
	1.CAC.RA6.CR3	c) Se ha interpretado la comunicación recibida por parte del cliente.		10	MEDIA PONDERADA
	1.CAC.RA6.CR4	d) Se han relacionado los elementos de la queja/reclamación con las fases que componen el plan interno de resolución de quejas/reclamaciones.		10	MEDIA PONDERADA
	1.CAC.RA6.CR5	e) Se han diferenciado los tipos de demanda o reclamación.		10	MEDIA PONDERADA
	1.CAC.RA6.CR6	f) Se ha gestionado la información que hay que suministrar al cliente.		10	MEDIA PONDERADA
	1.CAC.RA6.CR7	g) Se han determinado los documentos propios de la gestión de consultas, quejas y reclamaciones.		10	MEDIA PONDERADA
	1.CAC.RA6.CR8	h) Se han redactado escritos de respuesta, utilizando medios electrónicos u otros canales de comunicación.		10	MEDIA PONDERADA
	1.CAC.RA6.CR9	i) Se ha valorado la importancia de la protección del consumidor.		10	MEDIA PONDERADA
	1.CAC.RA6.CR10	j) Se ha aplicado la normativa en materia de consumo.		10	MEDIA PONDERADA
Comp. Espec.	Criterios evaluación		%	peso competencia	Cálculo valor CR
1.CAC.RA7	Organiza el servicio postventa, relacionándolo con la fidelización del cliente;		15	15	
	1.CAC.RA7.CR1	a) Se ha valorado la importancia del servicio posventa en los procesos comerciales.		10	MEDIA PONDERADA
	1.CAC.RA7.CR2	b) Se han identificado los elementos que intervienen en la atención posventa.		10	MEDIA PONDERADA
	1.CAC.RA7.CR3	c) Se han identificado las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio posventa.		10	MEDIA PONDERADA
	1.CAC.RA7.CR4	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	MEDIA PONDERADA
	1.CAC.RA7.CR5	e) Se han distinguido los momentos o fases que estructuran el proceso de posventa.		10	MEDIA PONDERADA
	1.CAC.RA7.CR6	f) Se han utilizado las herramientas de gestión de un servicio posventa.		10	MEDIA PONDERADA
	1.CAC.RA7.CR7	g) Se han descrito las fases del procedimiento de relación con los clientes.		10	MEDIA PONDERADA
	1.CAC.RA7.CR8	h) Se han descrito los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio.		10	MEDIA PONDERADA
	1.CAC.RA7.CR9	i) Se han detectado y solventado los errores producidos en la prestación del servicio.		10	MEDIA PONDERADA
	1.CAC.RA7.CR10	j) Se ha aplicado el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas.		10	MEDIA PONDERADA

**FAMILIA PROFESIONAL: ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN.****CICLO FORMATIVO: GRADO SUPERIOR ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS.****MÓDULO: Comunicación y atención al cliente****Curso. Primero.****Año escolar 2025-2026.****CONTENIDOS.****Bloque 1. Técnicas de comunicación institucional y promocional:**

- Las organizaciones empresariales. Características jurídicas, funcionales y organizativas.
- Las funciones en la organización: dirección, planificación, organización y control. Los departamentos.
- Tipología de las organizaciones. Organigramas.
- Dirección en la empresa. Funciones de la dirección. Estilos de mando: dirección y/o liderazgo. - Teorías y enfoques del liderazgo.
- Procesos y sistemas de información en las organizaciones: comunicación en la demanda de información y su prestación.
- Tratamiento de la información. Flujos interdepartamentales.
- Elementos y barreras de la comunicación.
- Comunicación, información y comportamiento.
- Las relaciones humanas y laborales en la empresa.
- La comunicación interna en la empresa: comunicación formal e informal.
- La comunicación externa en la empresa.
- Calidad del servicio y atención de demandas. Métodos de valoración. Normas de calidad aplicables.
- La imagen corporativa e institucional en los procesos de información y comunicación en las organizaciones.

Bloque 2. Las comunicaciones orales presenciales y no presenciales:

- Elementos y etapas de un proceso de comunicación oral.
- Principios básicos en las comunicaciones orales.
- Técnicas de comunicación oral: empatía, assertividad, escucha activa, sonrisa y proxemia, entre otras.
- Habilidades sociales y protocolo en la comunicación oral.
- Formas de comunicación oral. La comunicación verbal y no verbal.
- Barreras de la comunicación verbal y no verbal.
- Adecuación del mensaje al tipo de comunicación y al interlocutor.
- Utilización de técnicas de imagen personal.
- Comunicaciones en la recepción de visitas: acogida, identificación, gestión y despedida.
- Realización de entrevistas.
- Realización de presentaciones. Aplicación de técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las presentaciones.
- La comunicación telefónica. Proceso y partes intervenientes.
- Componentes de la atención telefónica: voz, timbre, tono, ritmo, silencios y sonrisa, entre otros. Expresiones adecuadas.
- La cortesía en las comunicaciones telefónicas.
- Técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones telemáticas.
- Preparación y realización de llamadas.
- Identificación de los interlocutores.
- Tratamiento de distintas categorías de llamadas. Enfoque y realización de llamadas de consultas o reclamaciones.
- Administración de llamadas. Realización de llamadas efectivas.
- Filtrado de llamadas. Recogida y transmisión de mensajes.
- La centralita.
- Uso del listín telefónico.
- La videoconferencia.

Bloque 3. Elaboración de documentos profesionales escritos:

- La comunicación escrita en la empresa. Normas de comunicación y expresión escrita.
- Estilos de redacción. Pautas de realización. Técnicas y normas gramaticales. Construcción de oraciones. Normas de corrección ortográfica. Técnicas de sintetización de contenidos. Riqueza de vocabulario en los documentos.
- Siglas y abreviaturas.
- Herramientas para la corrección de textos: diccionarios, gramáticas, sinónimos y antónimos, entre otras.
- Estructuras y estilos de redacción en la documentación profesional: informes, cartas, presentaciones escritas, actas, solicitudes, oficios y memorandos, entre otros.
- Redacción de documentos profesionales, utilizando tratamientos de textos.
- Comunicación en las redes (Intra/Internet, blogs, redes sociales, chats y mensajería instantánea, entre otros). La netiqueta.
- Técnicas de comunicación escrita a través de:
 - Fax.
 - Correo electrónico.
 - Mensajería instantánea.
 - Correo postal.
 - Otros.
- Técnicas de transmisión de la imagen corporativa en los escritos.

Bloque 4. Determinación de los procesos de recepción, registro, distribución y recuperación de la información:

- La recepción, envío y registro de la correspondencia: libros de entrada y salida.
- Servicios de correos, circulación interna de correspondencia y paquetería.
- Procedimientos de seguridad y confidencialidad de la información.
- 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 custodia.
- Sistemas de archivo. Convencionales. Informáticos.
- Clasificación de la información.
- Centralización o descentralización del archivo.
- El proceso de archivo.
- Custodia y protección del archivo:
 - La purga o destrucción de la documentación.
 - Confidencialidad de la información y documentación.
 - Procedimientos de protección de datos.
 - Las bases de datos para el tratamiento de la información.
- El correo electrónico:
 - Contratación de direcciones de correo e impresión de datos.
 - Configuración de la cuenta de correo.
 - Uso de las herramientas de gestión de la aplicación de correo electrónico.

Bloque 5. Técnicas de comunicación relacionadas con la atención al cliente/usuario:

- El cliente: sus tipos.
- La atención al cliente en la empresa/organización:
- Variables que influyen en la atención al cliente/usuario.
- Posicionamiento e imagen de marca.
- El departamento de atención al cliente/consumidor en la empresa. o Documentación implicada en la atención al cliente.
- Sistemas de información y bases de datos (herramientas de gestión de la relación con el cliente (CRM)).
- Relaciones públicas.
- Canales de comunicación con el cliente.
- Procedimientos de obtención y recogida de información.
- Técnicas de atención al cliente: dificultades y barreras en la comunicación con clientes/usuarios.

Bloque 6. Gestión de consultas, quejas y reclamaciones:

- La protección del consumidor y/o usuario.
- El rol del consumidor y/o usuario.
- Derechos y deberes de los consumidores y/o usuarios.
- La defensa del consumidor: legislación europea, estatal y autonómica.
- Instituciones y organismos de protección al consumidor:
- Entes públicos.
- Entes privados: asociaciones de consumidores, asociaciones sectoriales y cooperativas de consumo.
- Normativa reguladora en caso de reclamación o denuncia. o Documentos necesarios o pruebas en una reclamación.
- Configuración documental de la reclamación.
- Tramitación y gestión: proceso de tramitación, plazos de presentación, órganos o entes intervenientes.
- Mediación y arbitraje: concepto y características.
- Situaciones en las que se origina una mediación o arbitraje.
- Reclamaciones y denuncias:
- La mediación:
- Personas físicas o jurídicas que intervienen.
- Requisitos exigibles.
- Aspectos formales.
- Procedimiento.
 - Legislación aplicable.
 - Las juntas arbitrales.
 - Organigrama funcional.
 - Personas físicas o jurídicas que intervienen.
 - Procedimiento.
- El arbitraje de consumo:

Bloque 7. Organización del servicio posventa:

- El valor de un producto o servicio para el cliente:
- Valor de compra.
- Valor de uso.
- Valor final.
- Actividades posteriores a la venta:
- Tratamiento de quejas y reclamaciones
- Asesoramiento para el uso o instalación
- Mantenimiento.
- Reparación.
- El proceso posventa y su relación con otros procesos:
- Información de entrada: necesidades y expectativas de los clientes, situación de la competencia, plan estratégico de calidad, el producto o servicio vendido, características y alcance de los productos y servicios, instrucciones sobre el producto, información de períodos anteriores, garantía de calidad y recursos disponibles.
- Información de salida: producto apto para el uso, usuario preparado para el consumo del bien, grado de satisfacción del cliente, solución a una queja o inconformidad, información para el control de los procesos, valoración de los productos y de los procesos, deficiencias del producto o servicio y oportunidades de mejora.
- Tipos de servicio posventa:
- Servicios técnicos: instalación, mantenimiento y reparación.
- Servicios a los clientes: asesoramiento y tratamiento de quejas.
- La gestión de la calidad en el proceso del servicio posventa:
- Calidad interna.
- Calidad externa.
 - Fases para la gestión de la calidad en el servicio posventa:
 - Planificación.
 - Aplicación.
 - Control.
 - Mejora.
- Técnicas y herramientas para la gestión de la calidad:
- Tormenta de ideas.
- Análisis del valor.
- Árboles de estructuras.
- Diagramas de causa-efecto.
- Flujogramas.
- Métodos del registro de datos.
- Gráficos e histogramas.
- Gráficos de control.

R.A. DUALIZADOS.

R.A IV. Determina los procesos de recepción, registro, distribución y recuperación de comunicaciones escritas, aplicando criterios específicos de cada una de estas tareas

R.A.V. Técnicas de comunicación relacionadas con la atención al cliente/usuario

R.A. CLAVE.

R.A. (I). Caracteriza técnicas de comunicación institucional y promocional, distinguiendo entre internas y externas.

R.A. (II). Realiza comunicaciones orales presenciales y no presenciales aplicando técnicas de comunicación y adaptándolas a la situación y al interlocutor.

TEMPORALIZACIÓN.

NÚMERO DE HORAS SEMANALES/ANUALES:	4	138	
UNIDAD DE TRABAJO	Nº de SESIONES	EVALUACIÓN	RA %
1	La organización en la empresa. proceso de información y comunicación.	15	1 ^a 1 10 %
2	La comunicación presencial en la empresa.	18	1 ^a 2 15%
3		La comunicación telefónica y telemática.	18 1 ^a 2
4		Documentos escritos al servicio de la documentación empresarial.	18 2 ^a 3 15%
5		Tratamiento, clasificación y archivo de la documentación	18 2 ^a 4 15%

6	empresarial.	18	2 ^a	5	15%
7	Comunicación y atención comercial.	18	3 ^a	6	15%
8	Gestión de conflictos y reclamaciones.	15	3 ^a	7	15%
	Servicio posventa y fidelización de los clientes.				
	Total de sesiones:		138		100%

ESTRATEGIAS E INSTRUMENTOS PARA LA EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE DEL ALUMNADO.

Se realizará una evaluación inicial para detectar el nivel de conocimientos de partida, así como las preferencias, las expectativas, las motivaciones, las actitudes y aptitudes, las situaciones personales del alumnado, etc., para tener una referencia preliminar y contextualizar adecuadamente la labor docente.

La evaluación es un componente básico en el proceso de enseñanza-aprendizaje; esta evaluación ha de ser coherente con las características del ciclo formativo, con los objetivos planteados y con la metodología utilizada.

La evaluación ha de ser **formativa**, y ha de servir para fomentar la reflexión y para orientar, el proceso educativo, por ello la evaluación tendrá que ser:

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

En la evaluación del alumnado se destaca el hecho de que se calificará el manejo de los procedimientos, la comprensión de los conceptos y las actitudes que se manifiesten en clase. Estos tres elementos que conforman los contenidos intervienen en la evaluación global, relativizando su participación en función de las características de cada unidad de trabajo y del nivel de maduración del alumnado en relación con los contenidos.

La nota de la evaluación será una media ponderadas de las calificaciones de los distintos criterios de evaluación. Dichas calificaciones procederán de los siguientes instrumentos de evaluación:

- **Realización de actividades y trabajos colaborativos.** En cada unidad de trabajo se indicará al alumnado las actividades que se realizarán en el aula o en su domicilio.
- **Pruebas. Pueden ser orales** (dado que trabajaremos la comunicación oral en todas sus formas) o **escritas** (para la comunicación escrita). **Dependiendo de la unidad puede ser un examen tipo test o uno de desarrollo para comprobar el grado de adquisición de los contenidos y del proceso mismo de enseñanza aprendizaje.**

El profesor puede proponer la realización de trabajos individuales, o en grupo, sobre aspectos concretos de los contenidos estudiados, o sobre temas de actualidad relacionados con estos. Se valorará positivamente la calidad del contenido del trabajo y de la documentación encontrada, la buena presentación, el esfuerzo por aportar ideas personales y la claridad en la exposición de las conclusiones, se evalúa la utilización de aplicaciones informáticas más adecuadas y la búsqueda de información en fuentes diversas, así como la entrega en tiempo y forma.

- Observación directa alumno/a. En algunos casos con rúbricas que recojan el contenido dado.
- Rol Play: escenificación de los contenidos trabajos en las unidades para interiorizar el aprendizaje.
- Contenidos prácticos: Realización de actividades prácticas y teórico-prácticas.

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN.

Cada criterio de evaluación (CE) se evaluará y calificará independientemente de los demás. La cuantificación de los mismos se expresará en cifras de 1 a 10, sin decimales, considerándose que el CE ha sido logrado si la calificación es igual o superior a 5.

Para calificar cada CE se usarán los distintos instrumentos de evaluación indicados anteriormente en la tabla.

La prueba objetiva tendrá un valor del 70% del total en cada evaluación, siendo el peso del trabajo de clase y actividades del 30%, **por lo que se requiere asistencia continuada**. Las faltas justificadas no computan en este tanto por ciento.

En cuanto a la **planificación de instrumentos de evaluación destinados al alumnado que haya perdido el derecho a la evaluación continua**, serán parecidos a los que se apliquen al resto del alumnado durante el desarrollo del curso, resaltando los exámenes y las pruebas evaluativas que se hayan practicado al resto.

En cuanto a la calificación del módulo, y siguiendo el proceso de evaluación descrito, la nota final del mismo se obtendrá calificando los RA que están relacionados en las distintas unidades de trabajo secuenciadas. Un resultado de aprendizaje se considerará superado cuando la calificación de media ponderada de todos sus criterios de evaluación sea igual o superior a cinco.

La nota final del módulo en la primera ordinaria se obtendrá al redondear la nota que den los RA en su porcentaje citado, siempre que dicha nota sea igual o superior a 5, considerando entonces el módulo superado.

Se aplicará al final:

- Superado: si la nota es igual o superior a 5 puntos.
- Superado parcial: a falta de saber la nota de la formación en empresa.
- No superado: si la nota es inferior a 5.
- Para las recuperaciones se proponen ejercicios similares a las pruebas realizadas, pero con otros instrumentos si son estos los que han fallado.

RECUPERACIÓN Y REPETICIÓN.

Se podrá recuperar cada suspenso con otra posibilidad de evaluación y se abre la ocasión a trabajar con otro instrumento que facilite la observación de la adquisición de contenidos.

Criterios de recuperación

En cuanto a las recuperaciones, aquellos alumnos que tengan pendiente algún resultado de aprendizaje, realizarán una prueba teórico-práctica cuyos contenidos serán los desarrollados a lo largo del trimestre.

La recuperación de la primera evaluación se realizará al comienzo de la segunda evaluación.

La recuperación de la segunda evaluación se realizará antes de la primera ordinaria.

Los RA con evaluación negativa en la primera ordinaria podrán ser evaluados por el equipo docente en la segunda ordinaria con otros instrumentos, que serán exámenes o pruebas que engloben los criterios de evaluación al completo de esos RA.

Si al alumno le quedase pendiente el módulo, este podrá ser recuperado en la segunda ordinaria que se realizará en el mes de junio.

Repetición

El alumno suspenso al finalizar el curso académico, agotando todos los procedimientos de evaluación y recuperación, que no supere la evaluación Ordinaria segunda del módulo de Comunicación y Atención al Cliente, deberá matricularse en el siguiente curso académico.

METODOLOGÍA Y RECURSOS DIDÁCTICOS.

Esta programación se fundamenta en los siguientes principios de intervención educativa:

- Facilitar la construcción de aprendizajes significativos, diseñando actividades de enseñanza y aprendizaje que permitan el establecimiento de relaciones entre los conocimientos y experiencias previas y los nuevos aprendizajes.
- Garantizar la funcionalidad de los aprendizajes, es decir, su utilidad en circunstancias reales.
- Las fuentes del aprendizaje son muchas y variadas.
- Partir de un análisis previo de las necesidades y motivaciones del alumnado adulto.
- El alumnado es consciente en todo momento de los objetivos que pretende alcanzar, así como de sus progresos.
- El proceso de enseñanza-aprendizaje del alumno/a debe ser lo más participativo posible para ser plenamente consciente de los cambios que va experimentando en su formación.
- Proporcionar situaciones en las que el alumnado deba actualizar sus conocimientos.
- Proporcionar situaciones de aprendizaje que exijan una intensa actividad mental para que el alumnado reflexione y justifique sus actuaciones.
- Promover la interacción en el aula como motor de aprendizaje.

Las metodologías específicas de trabajo en la Formación Profesional serán las siguientes:

- *Investigación acción participación*
- *Uso de las TIC*
- *Aprendizaje cooperativo*
- *Diferentes agrupamientos*
- *Acción reflexión acción*
- *Trabajo en equipo*
- *Trabajo individual*

Dada la edad del alumnado, se prefiere aplicar un estilo democrático que busque el establecimiento de los objetivos de forma colectiva y las relaciones de persona a persona.

De esta forma se potencia el desarrollo de la iniciativa, la participación y la responsabilidad. Además del modelo de interacción señalado, utilizaremos, principalmente y de manera conjunta e intercalada, dos tipos de estrategias:

- **Expositivas:** aquellas en la que se presenta un conocimiento y elaborado para que el alumno lo integre.
- **Indagatorias:** aquellas que están basadas en la actividad del alumnado. Se parte de unas pautas dadas por el profesor/a que permiten a los alumnos/as trabajar distintos contenidos a través de la reflexión.

Junto al alumnado, el profesor ejerce el papel de guía, al poner en contacto los conocimientos y las experiencias previas del alumno con los nuevos conocimientos. Así, el alumnado podrá utilizar o aplicar lo aprendido a situaciones y circunstancias reales, mediante desarrollos prácticos o como instrumentos que permitan la integración de nuevos aprendizajes.

RECURSOS DIDÁCTICOS.

Entre estos debemos señalar algunos especiales para este módulo: vídeos, medios informáticos, cámara, fotografías.

Además de los métodos tradicionales, como el libro de texto, material elaborado por el profesor, tiene gran importancia la utilización de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y las tecnologías del aprendizaje y del conocimiento (TAC) aplicadas a la educación. Son una realidad en nuestros centros y provocan grandes cambios en la forma de enseñar y en la manera de aprender.

La necesidad de manejo de la herramienta Internet se impone en este perfil profesional, tanto en el trabajo del profesorado como del alumnado, por las siguientes razones:

- Los incesantes cambios en el marco legislativo, planes, programas e iniciativas.
- La gran cantidad de la información procedente de distintos tipos de fuentes: foros profesionales, instituciones, asociaciones especializadas, empresas.

Ya que el aprendizaje requiere esfuerzo y energía, procuraré que el alumnado encuentre atractivo e interesante lo que se le propone. Para ello, potenciaré la motivación intrínseca, tanto a través de la innovadora técnica de gamificación, así como, a través del uso de las nuevas tecnologías. Igualmente, procuraré un aprendizaje funcional por medio de la técnica de simulación acercando, así, las situaciones de aprendizaje a la realidad más próxima y a sus inquietudes.

Para el desarrollo de las clases serán necesarios los siguientes materiales y recursos:

- Libro de texto: Comunicación y Atención al cliente, editorial McGraw Hill
- Otros manuales de distintas editoriales.
- Plataforma EducamosCIm
- Vídeos que complementen la comprensión y la práctica de los temas.
- Cuaderno individual de clase en Word.
- Pizarra, ordenador portátil, proyector y pantalla.
- Ordenador de cada alumno/a.
- Internet.

FORMACIÓN EN LA EMPRESA. FORMACIÓN DUAL.

En el ámbito del sistema educativo, la Formación Profesional Dual se entiende como conjunto de las acciones e iniciativas formativas que tienen por objeto mejorar la cualificación profesional de los alumnos.

Los proyectos formativos de carácter dual combinan los procesos de enseñanza y aprendizaje en el centro educativo y en la empresa, al objeto de que estas últimas se impliquen cada vez más en el desarrollo de los programas educativos, favoreciendo así las opciones de inserción laboral de los jóvenes.

Siguiendo las Instrucciones de 10 de octubre de 2024 de la Dirección General de Formación Profesional en Castilla La Mancha, para la mejora de los procedimientos de gestión y seguimiento de los proyectos de Formación Profesional Dual en el curso 2024-2025, se crean una serie de Anexos que facilitan el inicio (con las indicaciones dadas), el seguimiento y la evaluación de dicha formación en la empresa. (Especificamente el Anexo IX de la Orden 201/2024, donde se recogerá la evaluación por parte de la empresa y a través de una escala, se transformará esa evaluación en una nota numérica, según se recoge en la Programación del Departamento de Administración).

SEGUIMIENTO DEL ALUMNADO

Para poder iniciar la formación dual, es decir, para ir a las prácticas en la empresa, el alumno/a deberá tener aprobado, según decisión colegiada del equipo docente, los Resultados de Aprendizaje 1 y 2:

R1. Caracteriza técnicas de comunicación institucional y promocional, distinguiendo entre internas y externas.

R2. Realiza comunicaciones orales presenciales y no presenciales, aplicando técnicas de comunicación y adaptándolas a la situación y al interlocutor.

El seguimiento se hará por medio de la tutora que lleva dicha formación, en este caso Isabel Sánchez Calderón, quien irá informando del desarrollo del alumno en el ámbito empresarial durante el periodo de dualización.

Los Resultados de Aprendizaje que se van a dar en la empresa son (escritos en letra roja en la tabla):

- **RA 4: Determina los procesos de recepción, registro, distribución y recuperación de comunicaciones escritas, aplicando criterios específicos de cada una de estas tareas.** (Dentro de este resultado se dualizarán los criterios de evaluación: a, b, c, d, f, g, h y k)
- **RA 5: Aplica técnicas de comunicación, identificando las más adecuadas en la relación y atención a los clientes usuarios.** (Dentro de este resultado se dualizarán los criterios de evaluación: a, b, c, e, f).

EVALUACIÓN

Los CE dualizados serán también objeto de evaluación para el profesor, se impartirán también en clase, y la nota resultante saldrá de sacar la media entre lo evaluado y la nota que notifique la empresa a través del Anexo IV y la escala Likert hecha a propósito para el caso.

Mientras que la parte de alumnado esté en la empresa, se seguirá el contenido del módulo que toque por fecha en ese periodo, repitiendo los contenidos para el grupo siguiente que se reincorpore después de las prácticas, sin hacer trabajos y exámenes evaluables durante dicho espacio de tiempo.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN ESQUEMA

%	a)	b)	c)	d)	e)	f)	g)	h)	i)	j)	k)	TOTAL
RA1	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	100%
RA2	15%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	100%
RA3	15%	5%	5%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	100%
RA4	15%	10%	100%									
RA5	15%	20%	10%	20%	5%	5%	20%	20%				100%
RA6	15%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	100%
RA7	15%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	100%
												100%

Los RA señalados en rojo y los Ce señalados también en rojo, son los que serán objeto de dualización y se darán tanto en la empresa como en la clase.

