

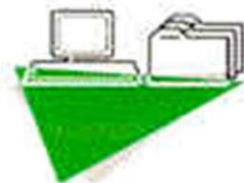


PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA

COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE

I.E.S. LAURONA
CURSO ESCOLAR 2022-2023

FAMILIA: ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN
GRADO MEDIO: TÉCNICO EN GESTIÓN ADMINISTRATIVA
CURSO: 1º
CÓDIGO MÓDULO: 0437
DURACIÓN HORAS: 160 H



BRÍGIDA JIMÉNEZ ESTELLÉS

ÍNDICE

1-INTRODUCCIÓN.....	1
1.1.Justificación.....	1
1.2. Contextualización de la programación.....	2
1.3. Objetivos generales del título y su relación con el módulo.....	5
2-COMPETENCIAS.....	7
2.1. Competencia general del título.....	7
3-CONTENIDOS.....	9
4-UNIDADES DIDÁCTICAS.....	15
4.1. Organización de las unidades didácticas.....	15
4.2. Distribución temporal de las unidades didácticas.....	19
5-METODOLOGÍA: ORIENTACIONES DIDÁCTICAS.....	20
5.1. Metodología general.....	20
5.2. Metodología específica. Estrategias didácticas específicas.....	22
5.3. Actividades complementarias.....	23
5.4. Elementos transversales.....	24
6-EVALUACIÓN DEL ALUMNADO.....	25
6.1. Criterios de evaluación.....	25
6.2. Resultados de aprendizaje.....	32
6.3. Instrumentos de evaluación.....	33
4. Criterios de calificación.....	34
6.5. Actividades de refuerzo y ampliación.....	37
7-RECURSOS DIDÁCTICOS Y ORGANIZATIVOS.....	37
8-MEDIDAS DE ATENCIÓN AL ALUMNADO CON NECESIDADES EDUCATIVAS ESPECÍFICAS.....	38
9-EVALUACIÓN DE LA PRÁCTICA DOCENTE.....	39

1-INTRODUCCIÓN

1.1.Justificación

Esta programación corresponde al módulo de Comunicación empresarial y atención al cliente, módulo que se imparte en el primer curso del ciclo de Grado Medio de Gestión Administrativa.

El ciclo de Gestión Administrativa está regulado por la siguiente normativa:

- Real Decreto 1126/2010, de 10 de septiembre, por el que se modifica el 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
- Orden 37/2012, de 22 de junio, de la Conselleria de Educación, Formación y Empleo, por la que se establece para la Comunitat Valenciana el currículo del ciclo formativo de grado medio correspondiente al título de Técnico en Gestión Administrativa.
- Decreto 104/2018, de 27 de julio, del Consell, por el que se desarrollan los principios de equidad y de inclusión en el sistema educativo valenciano.
- Orden 20/2019, de 30 de abril, de la Conselleria de Educación, Investigación, Cultura y Deporte, por la cual se regula la organización de la respuesta educativa para la inclusión del alumnado en los centros docentes sostenidos con fondos públicos del sistema educativo valenciano.
- RESOLUCIÓN de 1 de junio de 2021, del director general de Centros Docentes, por la que se fija el calendario escolar del curso académico 2021-2022.

El Título de Técnico en Gestión Administrativa queda identificado por los siguientes elementos:

- Denominación: Gestión Administrativa
- Nivel: Formación Profesional de Grado Medio

- Duración: 2.000 horas
- Familia Profesional: Administración y Gestión
- Referente europeo: CINE-3 (Clasificación Internacional Normalizada de la Educación).

El módulo se imparte en el primer curso de Gestión Administrativa es de 160 horas, repartidas en 5 horas semanales .

1.2. Contextualización de la programación.

Esta programación se contextualiza en el IES Laurona, ubicado en la calle Dr. José Pérez Martínez, nº 6, de Lliria.



Según los datos del Padrón de 2021, el Municipio de Lliria cuenta con 23.648 habitantes, lo que supone el 14,02% de la población de la comarca (168.624 hab).

En cuanto a la composición de la población, el 73,17% son nacidos en la Comunidad Valenciana, y el 10,99% son emigrantes.

Respecto a la distribución de la población por edad, los menores de 29 años suponen aproximadamente un tercio de la población (29,89%).

Si nos centramos en el nivel de estudios de la población del municipio, predominan claramente los que tienen estudios medios (grado 2).



En el municipio de Lliria había censadas 1.378 empresas en 2022, y 12.629 en la comarca. Estas cifras indican que tanto la propia Lliria como la comarca de Camp del Túria disponen de un tejido empresarial significativo.

De ellas, el porcentaje que pertenecen al sector industria es 6%, a la construcción un 12% y 82% a servicios.

En definitiva, los datos demográficos y económicos expuestos justifican la pertinencia de la enseñanza de economía y de los diferentes ciclos formativos del departamento de administración del IES Laurona, en el municipio y en la comarca.

Características del centro

La oferta formativa del IES Laurona es amplia, pues comprende los niveles de ESO, Bachiller y Ciclos Formativos.

En el turno de mañana, se imparte:

<p>ESO</p> <p>1º ESO (4 grupos)</p> <p>2º ESO (4 grupos + PAM)</p> <p>3º ESO (3 grupos + PMAR),</p> <p>4º ESO (3 grupos + PR4);</p>
<p>BACHILLERATO</p> <p>1º y 2º, en las modalidades científica y Humanística y Social.</p>
<p>CICLO FORMATIVO GRADO BÁSICO</p> <p>CFGB de Servicios Administrativos (1º y 2º)</p> <p>CFGB de Electricidad y Electrónica (1º y 2º).</p>
<p>CICLOS FORMATIVOS DE GRADO MEDIO</p> <p>GM de Gestión Administrativa (1º y 2º);</p> <p>GM de Instalaciones de Telecomunicaciones (1º y 2º).</p>

En el turno de tarde, la docencia abarca los siguientes ciclos formativos:

<p>CICLOS FORMATIVOS DE GRADO SUPERIOR en la modalidad Presencial</p> <p>GS de Administración y Finanzas (1º y 2º)</p> <p>GS de Mantenimiento Electrónico (1º y 2º)</p> <p>GS de Electromedicina Clínica (1º).</p> <p>GS Dietética (1º y 2º)</p>
<p>CICLOS FORMATIVOS DE GRADO MEDIO</p> <p>GM de Farmacia y Parafarmacia (1º y 2º)</p> <p>GM Atención a personas en situación de dependencia (1º y 2º)</p>

El departamento de Prácticas Formativas se encarga de coordinar la Formación en los Centros de Trabajo (FCT). Un número significativo de alumnos que las realizan es contratado al finalizar su periodo formativo.

Según los datos del curso anterior¹, el IES contaba con 755 alumnos matriculados, agrupados en 38 grupos, con el siguiente desglose:

Nivel académico	Número de alumnos	Grupos
ESO	361	19
Bachillerato ciencias	46	2
Bachillerato humanístico	73	2
Formación Profesional Básica	50	4
Ciclos Grado Medio	97	4
Ciclos Grado Superior	128	7
Totales	755	38

¹ En el momento de realizar la presente programación, el periodo de matrícula de Ciclos Formativos del curso actual no se haya cerrado.

El departamento didáctico “Familia Administración y Gestión” está formado por 14 profesores, 7 PS y 7 PT.

Perfil del alumnado que cursa el módulo.

El módulo de Comunicación Empresarial y Atención al Cliente se imparte 5 horas semanales en el turno de mañana, que se inicia a las 08:00 y finaliza a las 13:55 horas , teniendo un patio de 10:45 a 11:10 horas (25 minutos) . Su distribución es los lunes de 08:55 a 09:50, los martes de 12:05 a 13:00, los jueves de 12:05 a 13:00 y los viernes de 08:55 a 10:45.

El grupo está compuesto por 24 estudiantes cuya edad oscila entre los 16 y 39 años. La mayoría proceden de Llíria, Eliana, Olocau, Poble de Vallbona y Villamarxant.

1.3. Objetivos generales del título y su relación con el módulo

Los objetivos generales del módulo profesional son los que se detallan a continuación:

- 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 el tratamiento de la información para elaborar documentos.
- 5) Realizar documentos y comunicaciones en el formato característico y con las condiciones de calidad correspondiente, aplicando las técnicas de tratamiento de la información.
- 6) Analizar los sistemas y técnicas de preservación de comunicaciones y documentos, 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 RR.HH.
- 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) Cumplimentar 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 cumplimentar 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.
- 22) Reconocer e identificar las posibilidades de negocio, analizando el mercado y estudiando la viabilidad empresarial para la generación de su propio empleo.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales del ciclo formativo 1),2),4),5),6),15) y 20)

2-COMPETENCIAS

2.1. Competencia general del título

Las competencias profesionales, personales y sociales de este título son las que se relacionan a continuación:

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 información obtenida.
3. Clasificar, registrar y archivar comunicaciones y documentos según las técnicas apropiadas y los parámetros establecidos en la empresa

4. Registrar contablemente la documentación soporte correspondiente a la operativa de la empresa en condiciones de seguridad y calidad.
5. Realizar gestiones administrativas de tesorería, siguiendo las normas y protocolos establecidos por la gerencia con el fin de mantener la liquidez de la organización.
6. Efectuar las gestiones administrativas de las áreas de selección y formación de los recursos humanos de la empresa, ajustándose a la normativa vigente y a la política empresarial, bajo la supervisión del responsable superior del departamento.
7. Prestar apoyo administrativo en el área de gestión laboral de la empresa ajustándose a la normativa vigente y bajo la supervisión del responsable superior del departamento.
8. Realizar las gestiones administrativas de la actividad comercial registrando la documentación soporte correspondiente a determinadas obligaciones fiscales derivadas.
9. Desempeñar las actividades de atención al cliente/usuario en el ámbito administrativo y comercial asegurando los niveles de calidad establecidos y relacionados con la imagen de la empresa /institución
10. Aplicar los protocolos de seguridad laboral y ambiental, higiene y calidad durante todo el proceso productivo, para evitar daños en las personas y en el ambiente.
11. Cumplir con los objetivos de la producción, actuando conforme a los principios de responsabilidad y manteniendo unas 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.
14. Ejercer sus derechos y cumplir con las obligaciones derivadas de las relaciones laborales, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente.

15. Detectar y analizar oportunidades de empleo y autoempleo desarrollando una cultura emprendedora y adaptándose a diferentes puestos de trabajo y nuevas situaciones.
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 actitudes 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.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales del ciclo formativo 1, 2,3, 9, 13, 16,17,18 y 19.

El módulo está unido a las unidades de competencias:

UC0975_2: Recepcionar y procesar las comunicaciones internas y externas.

UC0978_2: Gestionar el archivo en soporte convencional e informático.

3-CONTENIDOS.

La ORDEN 37/2012 establece el currículo para la Comunidad Valenciana, donde se detallan los contenidos de nuestro módulo, los cuales son los siguientes:

Selección de técnicas de comunicación empresarial:

- Elementos y barreras de la comunicación.
- Comunicación e información y comportamiento
- Aplicación de la escucha activa en los procesos de comunicación
- Criterios de empatía y principios básicos de la asertividad
- Las relaciones humanas y laborales en la empresa.

- La organización empresarial. Organigramas – Principios y tipos de organización empresarial.
- Departamentos y áreas funcionales tipo.
- Funciones del personal en la organización.
- Relación interdepartamental.
- Descripción de los flujos de comunicación.
- La comunicación interna en la empresa: comunicación formal e informal.
- La comunicación externa en la empresa. La publicidad y las relaciones públicas.

Transmisión de comunicación oral en la empresa:

- Principios básicos en las comunicaciones orales.
- Normas de información y atención oral.
- Técnicas de comunicación oral, habilidades sociales y protocolo en las dos lenguas cooficiales.
- Clases de comunicación oral: Diálogo. Discurso. Debate. Entrevista.
- La comunicación no verbal. Elementos del lenguaje no verbal.
- La imagen personal.
- La comunicación verbal dentro del ámbito de la empresa.
- La comunicación telefónica: barreras y dificultades en la transmisión de la información.
- La expresión verbal y no verbal en la comunicación telefónica.
- El teléfono y su uso. La centralita. Uso del listín telefónico. Normas para hablar correctamente por teléfono.
- La informática en las comunicaciones verbales: videoconferencia, chat y otros.
- Comunicaciones en la recepción de visitas: acogida, identificación, gestión, despedida.

Transmisión de comunicación escrita en la empresa:

- La comunicación escrita en la empresa en las dos lenguas cooficiales.
- Normas de comunicación y expresión escrita.
- Normas ortográficas, sintácticas y de léxico en las comunicaciones escritas socioprofesionales.
- Abreviaturas comerciales y oficiales. Siglas y acrónimos.
- Tratamientos.
- Lenguaje no sexista.
- Características principales de la correspondencia comercial.
- Medios utilizados en la correspondencia comercial: El sobre. El papel. La carta.
- La carta comercial. Estructura, estilos y clases.
- Formatos tipo de documentos de uso en la empresa y en las administraciones públicas: memorándum, nota interior, informe, solicitud, oficio, certificado, declaración, recurso y otros.
- Medios y equipos ofimáticos y telemáticos.
- El correo electrónico. Uso, estructura y redacción de los e-mails. Adjuntar documentos.
- La recepción, envío y registro de la correspondencia.
- Servicios de correos, circulación interna de correspondencia y paquetería.
- La salida de la correspondencia de la empresa.
- Procedimientos de registro de entrada y salida de correspondencia y paquetería.
- Aplicación de procedimientos de seguridad y confidencialidad de la información.

Archivo de la información en soporte papel e informático:

- Archivo de la información en soporte papel
- Clasificación y ordenación de documentos.
- Normas de clasificación: alfabética, geográfica, por materias, crono-lógica, decimal.

Ventajas e inconvenientes.

- Necesidades de conservación de la documentación.
- Técnicas de archivo: Naturaleza. Finalidad del archivo.

- Archivo de documentos. Captación, elaboración de datos y su custodia.
- Sistemas de archivo. Convencionales. Por microfilme. Informáticos
- Clasificación de la información.
- Utilización de índices
- Centralización o descentralización del archivo.
- El proceso de archivo: normas a tener en cuenta en el archivo de documentos
- Confección y presentación de informes procedentes del archivo.
- La purga o destrucción de la documentación.
- Aplicación de técnicas 3R (reducir, reutilizar reciclar) en la elaboración de documentos –
- Confidencialidad de la información y documentación.

Archivo de la información en soporte informático:

- Las bases de datos para el tratamiento de la información.
- Estructura y funciones de una base de datos.– Procedimientos de protección de datos.
- Archivos y carpetas: identificación, organización, creación de accesos directos.
- Organización en carpetas del correo electrónico y otros sistemas de comunicación telemática.
- Destrucción de los archivos. Seguridad y confidencialidad en su uso.

Reconocimiento de necesidades de clientes:

- Concepto e identificación del cliente: el cliente interno; el cliente externo.
- El conocimiento del cliente y sus motivaciones.– Elementos de la atención al cliente: entorno, organización y empleados
- Fases de la atención al cliente: la acogida, el seguimiento, la gestión y la despedida.
- La percepción del cliente respecto a la atención recibida.
- La satisfacción del cliente.
- Los procesos en contacto con el cliente externo.

Atención de consultas, quejas y reclamaciones:

- El departamento de atención al cliente. Funciones.
- Valoración del cliente de la atención recibida: reclamación, queja, sugerencias y felicitación
- Elementos de una queja o reclamación.
- Las fases de la resolución de quejas/reclamaciones.
- El circuito de las reclamaciones.
- Gestión reactiva de las reclamaciones.
- Gestión proactiva de las reclamaciones.
- La anticipación a los errores
- El seguimiento de los clientes perdidos.
- El consumidor.
- Concepto, características y tipos.
- Instituciones de consumo:– Entes públicos. – Entes privados.
- Normativa en materia de consumo: Marco legal estatal, autonómico y local.
- Procedimiento de recogida de las reclamaciones y denuncias:
 - Recepción.
 - Registro.
 - Acuse de recibo.
 - Tramitación y gestión.
 - Tipología de las demandas de consumo.
 - Hojas de reclamaciones.

Potenciación de la imagen de la empresa:

- El marketing en la actividad económica: su influencia en la imagen de la empresa.
- Naturaleza y alcance del marketing
- La imagen corporativa.
- La oferta y la demanda.
- Definición de marketing.
- La función del marketing en la empresa.
- El departamento de marketing
- Los elementos del marketing: Producto. Precio. Distribución. Promoción.
- Logística. Relación con los clientes.
- Políticas de comunicación
- La publicidad: Concepto, principios y objetivos. Normativa aplicable en materia de publicidad. La publicidad lícita e ilícita, los medios, soportes y formas publicitarias
- La promoción.
- Las relaciones públicas.
- La responsabilidad social corporativa.

Aplicación de procedimientos de calidad en la atención al cliente:

- La calidad de servicio como elemento de la competitividad de la empresa
- Definición de calidad de servicio: factores que influyen.
- Actuación eficaz en el trato con el cliente.
- Servicio posventa.
- Tratamiento de anomalías producidas en la prestación del servicio.
- Procedimientos de control del servicio: – La calidad de los servicios.
- Los estándares de calidad del servicio
- La anticipación a los problemas.
- Evaluación y control del servicio:

- La medición de la satisfacción del consumidor.
- Solución a los problemas de calidad.
- Control del servicio posventa:
- Procedimientos utilizados en la posventa.
- Posventa: análisis de la información. Servicios de asistencia posventa.
- Utilización de las herramientas de gestión de relación con clientes (CRM) en la posventa.
- Fidelización de clientes: Elementos de fidelización como estrategia de empresa.

Fidelización efectiva.

4-UNIDADES DIDÁCTICAS.

4.1. Organización de las unidades didácticas.

La organización de las unidades didácticas para el módulo Comunicación Empresarial y Atención al Cliente es la siguiente:

UNIDAD 1. EMPRESA Y COMUNICACIÓN

CONTENIDOS

1. Empresa
2. Estructura organizativa de la empresa
3. Organigramas
4. Información de la empresa
5. Procesos de comunicación
6. Etapas y tipos de comunicación
7. Comunicación interna de la empresa
8. Comunicación externa
9. Comunicación efectiva
10. Barreras de la comunicación

UNIDAD 2. COMUNICACIÓN PRESENCIAL

CONTENIDOS

- 1- Comunicación oral
- 2- Criterios de calidad en la comunicación
- 3- Elaboración del mensaje
- 4- Situaciones y técnicas de la comunicación presencial
- 5- Comunicación en la recepción de visitas
- 6- Habilidades sociales
- 7- Normas de protocolo en la empresa
- 8- Comunicación no verbal

UNIDAD 3. COMUNICACIÓN TELEFÓNICA

CONTENIDOS

1. Proceso de comunicación telefónica
2. Usos habituales del teléfono en la empresa
3. Expresión verbal y no verbal al teléfono
4. Protocolo en las llamadas telefónicas
5. Centralitas telefónicas
6. Equipos y medios en las comunicaciones telefónicas
7. Informática en las comunicaciones verbales

UNIDAD 4. COMUNICACIONES ESCRITAS

CONTENIDOS

1. Comunicación escrita
2. Normas de redacción de documentos
3. Documentos de comunicación interna
4. Documentos de comunicación externa
5. Soportes para elaborar y transmitir documentos

6. Canales de transmisión escrita de información

7. Herramientas de búsqueda de información

8. Aplicaciones informáticas de procesamiento de textos

UNIDAD 5. TRATAMIENTO DE LA CORRESPONDENCIA Y LA PAQUETERÍA

CONTENIDOS

1. Circulación de la correspondencia
2. Correspondencia de entrada
3. Correspondencia de salida
4. Procedimientos con la Administración Pública
5. Servicio de correos
6. Compañías de mensajería
7. Medios telemáticos: funciones y procedimientos
8. Normas de seguridad y confidencialidad

UNIDAD 6. ARCHIVOS Y CLASIFICACIÓN DE DOCUMENTOS

CONTENIDOS

1. Archivo en la empresa
2. Tipos de archivos empresariales
3. Sistemas de clasificación de documentos
4. Archivo de documentos en papel
5. Archivo informático de datos
6. Soportes y materiales de archivo
7. Protección de la información: la LGPD

UNIDAD 7. DETECCIÓN DE LAS NECESIDADES DEL CLIENTE Y DE SU SATISFACCIÓN

CONTENIDOS

1. El cliente y su importancia para la empresa
2. Motivaciones y necesidades de los clientes
3. Procesos de decisión de compra del cliente
4. Elementos de la atención al cliente
5. Departamento de atención al cliente
6. Comunicación y asesoramiento en la atención al cliente
7. Satisfacción y calidad
8. Evaluación del servicio y fidelización del cliente

UNIDAD 8. ATENCIÓN DE QUEJAS Y RECLAMACIONES

CONTENIDOS

1. Valoración de la atención recibida
2. Consumidor y su protección
3. Consumidor y Administración
4. Reclamaciones
5. Gestión empresarial de las reclamaciones
6. Resolución de una reclamación ante la administración

UNIDAD 9. POTENCIACIÓN DE LA IMAGEN EMPRESARIAL

CONTENIDOS

1. Función comercial de la empresa
2. Marketing: conceptos y niveles de desarrollo
3. Implantación del plan de marketing
4. Producto y sus estrategias
5. Precio y sus estrategias

6.Acercamiento físico al cliente: la distribución

7.Estrategias de la comunicación con el cliente

8.Imagen y cultura de la empresa

4.2. Distribución temporal de las unidades didácticas

Este módulo tiene asignado 160 horas para su desarrollo distribuidas en 5 sesiones semanales. Los contenidos del módulo se han distribuido en 9 unidades didácticas, citadas en punto 4.1. La distribución horaria de las mismas y su incorporación en las evaluaciones que consta el curso es:

UNIDAD DIDÁCTICA	TÍTULO	HORAS	EVALUACIÓN
1	EMPRESA Y COMUNICACIÓN	15	1ª
2	COMUNICACIÓN PRESENCIAL	18	1ª
3	COMUNICACIÓN TELEFÓNICA	18	1ª
4	COMUNICACIONES ESCRITAS	18	2ª
5	TRATAMIENTO DE LA CORRESPONDENCIA Y LA PAQUETERÍA	15	2ª
6	ARCHIVOS Y CLASIFICACIÓN DE DOCUMENTOS	20	2ª
7	DETECCIÓN DE LAS NECESIDADES DEL CLIENTE Y DE SU SATISFACCIÓN	20	3ª
8	ATENCIÓN DE QUEJAS Y RECLAMACIONES	16	3ª
9	POTENCIACIÓN DE LA IMAGEN EMPRESARIAL	20	3ª
		160	

Evaluación Inicial: Primera semana de octubre de 2022

1ª Evaluación: Última semana de noviembre de 2022.

2ª Evaluación: Primera semana de marzo de 2023.

3ª Evaluación: Primera semana de junio de 2023.

Evaluación extraordinaria penúltima semana de junio de 2023.

La temporalización de los contenidos es provisional y puede variar en función de variables como: la evaluación inicial, la evolución del grupo a lo largo del curso.

5-METODOLOGÍA: ORIENTACIONES DIDÁCTICAS.

5.1. Metodología general.

Se plantearán problemas que actúen sobre dominios conocidos por los alumnos, bien a priori, o bien como producto de las enseñanzas adquiridas con el transcurrir de su formación tanto en este como en los otros módulos de este ciclo formativo.

Además, se tratará de comenzar las unidades de trabajo averiguando cuáles son los conocimientos previos de los alumnos sobre los contenidos que se van a tratar y reflexionando sobre su necesidad y utilidad. El desarrollo de las unidades se fundamentará en los siguientes aspectos:

- Se variará la distribución espacial del aula, dentro de las posibilidades, en función de la actividad que se desarrolle.
- Se comenzará con actividades breves encaminadas a averiguar el conocimiento a priori de los alumnos sobre la temática de la unidad. Será interesante plantear estas actividades en forma de debate para lograr conferirles cierto carácter motivador. Se intentará que los alumnos trabajen sobre códigos ya hechos, ya que así se les ayuda a superar ese bloqueo inicial que aparece al enfrentarse a cosas nuevas.
- Se seguirá con la explicación por parte de la profesora de los conceptos de cada unidad didáctica. Se facilitará apuntes y presentaciones, así como bibliografía complementaria y fotocopias de apoyo para cada uno de los contenidos del módulo.

- Posteriormente, se planteará y resolverá una serie de ejercicios, cuyo objetivo será llevar a la práctica los conceptos teóricos expuestos en la explicación anterior. Se resolverá todas las dudas que puedan tener el alumnado, tanto teóricas como prácticas. Incluso si lo considerase necesario se realizarán ejercicios específicos para aclarar los conceptos que más cueste comprender al alumnado. Posteriormente, se propondrá un conjunto de ejercicios, de contenido similar a los ya resueltos en clase, que deberán ser resueltos por los alumnos, bien en horas de clase o bien en casa.
- Además, será necesario la utilización de equipos de reprografía y encuadernación de documentos; registro y archivo de documentación comercial administrativa; utilización de equipos de telefonía; ordenadores y conexión a internet
- Se intentará que las actividades que se realicen durante la sesión tengan un carácter grupal para formar al alumnado en un clima de trabajo grupal, aspecto muy importante en la actualidad en ambientes empresariales.
- Cuando sea posible, la profesora cerrará la sesión con un resumen de los conceptos presentados y una asamblea en la que se observará el grado de asimilación de conceptos. Pueden utilizarse estrategias como: «preguntas rebote» (un alumno/a pregunta a otro alumno/a) y «preguntas reflejo» (un alumno/a lanza la pregunta al grupo) que cubran las partes más significativas de la materia tratada en la sesión.
- Cada estudiante deberá realizar una serie de actividades que dependerán de los contenidos de las unidades didácticas. Estas actividades podrán ser individuales o en grupo. Además, se podrá proponer algún trabajo o actividad que englobe conocimientos de varias unidades didácticas para comprobar que los conocimientos han sido satisfactoriamente asimilados. Sería recomendable, al menos, un trabajo o actividad por cada evaluación.
- En posible situación de confinamiento, se emplearán herramientas digitales, como por ejemplo la plataforma Webex para desarrollar las tareas del docente con el grupo de la clase y la plataforma AULES para adjuntar las tareas o trabajos solicitador por el docente en los términos previstos.

5.2. Metodología específica. Estrategias didácticas específicas.

La elección de estrategias didácticas deberá estar orientada en todo momento a la consecución de las competencias. En el módulo de Comunicación Empresarial y Atención al Cliente se seguirán las pautas metodológicas que a continuación se detallan:

- Activar la curiosidad y el interés por el contenido a tratar:
 - o mediante la presentación de información nueva, sorprendente.
 - o planeamiento de problemas que el alumno haya que resolver.
- Orientar la atención del alumno durante todo el proceso de la actividad: estructurar el proceso, utilizar la gamificación, ya que jugando y aprendiendo, son múltiples las ventajas obtenidas ya que simplifica las actividades difíciles.
- Organizar actividades cooperativas y vincular esta actividad a la evaluación.
- Mostrar la relevancia del contenido:
 - o relacionando el contenido con la realidad, utilizando un lenguaje familiar.
 - o mostrando la meta que queremos alcanzar, y su relevancia mediante ejemplos.
- Utilizar estrategias indagatorias, que ponen al alumnado en situaciones de reflexión y acción, dotándoles de una mayor autonomía en la construcción de los conocimientos y acercar al alumno a la realidad de la práctica empresarial.
- TIC como herramienta. Las TIC permiten adaptarse a las capacidades del alumnado a su ritmo de aprendizaje y a sus conocimientos previos. Trabajamos con la plataforma AULES, que permitirá:
 - o Colgar contenidos atractivos (Power Point, noticias actuales, vídeos, webs)
 - o Una mayor comunicación vía foros, mensajes, etc
 - o El fomento del debate y la reflexión o Registro y corrección de producciones y trabajos entregados.
 - o Desarrollo de habilidades y competencias, especialmente la digital.

Así, en función del momento de la unidad didáctica o de la sesión y de su finalidad, quedan diseñadas las siguientes actividades:

Tipología de actividades.		
Al inicio del módulo.		
Presentación del módulo y de la Programación.		
Al inicio de cada bloque temático y de cada UD		
Actividad de introducción	Actividad de motivación	
Durante el desarrollo de la unidad didáctica.		
Actividades de desarrollo	Actividades de consolidación	
Al finalizar cada unidad didáctica.		
Actividades de refuerzo	Actividades de ampliación	Actividad de síntesis
Al finalizar cada Evaluación		
Actividades de evaluación		

5.3. Actividades complementarias

En el momento de confeccionar la presente programación, no hay nada cerrado. Se está procediendo a realizar llamadas telefónicas para que confirmen disponibilidad y aforo en varias actividades previstas. Así pues, no se puede confirmar en este momento ninguna actividad complementaria.

5.4. Elementos transversales

a. Fomento de la lectura y las habilidades comunicativas

Desde el módulo se propondrán estrategias como:

- Hacer que los alumnos lean en clase en voz alta diferentes apartados del tema. Exposición oral de actividades.
- Lectura de artículos de divulgación, (revistas, prensa general...) relacionados con los contenidos estudiados en clase.

b. Comunicación audiovisual. TIC's

Las TIC 's nos permiten mejorar el proceso de enseñanza-aprendizaje, con un alumnado que es nativo digital. Así se fomentará el uso de internet con espíritu crítico para la búsqueda de información. La entrega de trabajos y actividades se realizará a través de la plataforma AULES. Se procurará la realización de actividades utilizando aplicaciones educativas como kahoot, edpuzzle, Quizizz,etc.

6-EVALUACIÓN DEL ALUMNADO.

6.1. Criterios de evaluación.

Los criterios de evaluación hacen referencia a cómo vamos a evaluar nuestro alumnado.

MÓDULO: COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE	
R.A	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
R.A.1	<p>a. Se ha reconocido la necesidad de comunicación entre las personas</p> <p>b. Se ha distinguido entre comunicación e información</p> <p>c. Se han distinguido los elementos y procesos que intervienen en la comunicación</p> <p>d. Se han reconocido los obstáculos que pueden existir en un proceso de comunicación Se ha determinado la mejor forma y actitud a la hora de presentar el mensaje</p> <p>e. Se han identificado los conceptos de imagen y cultura de la empresa</p> <p>f. Se han diferenciado los tipos de organizaciones y su organigrama funcional</p> <p>g. Se han distinguido las comunicaciones internas y externas y los flujos de información dentro de la empresa.</p> <p>h. Se ha seleccionado el destinatario y el canal adecuado para cada situación</p>

R.A.2	<ul style="list-style-type: none">a. Se han identificado los principios básicos a tener en cuenta en la comunicación verbalb. Se ha identificado el protocolo de comunicación verbal y no verbal en las comunicaciones presenciales y no presencialesc. Se han tenido en cuenta las costumbres socioculturales y los usos empresarialesd. 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 transmisiónf. Se ha utilizado el léxico y expresiones adecuados al tipo de comunicación y a los interlocutoresg. Se ha presentado el mensaje verbal elaborado utilizando el lenguaje no verbal más adecuadoh. Se han utilizado equipos de telefonía e informáticos aplicando las normas básicas de usoi. 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
-------	---

R.A.3

- 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 cumplimentado los libros de registro de entrada y salida de correspondencia y paquetería en soporte informático y/o convencional
- i. Se ha utilizado la normativa sobre protección de datos y conservación de documentos establecidos para las empresas e instituciones públicas y privadas

R.A.4

- 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. Se han aplicado las técnicas de archivo los intercambios de información telemática (intranet, extranet, correo electrónico)
- g. Se han reconocido los procedimientos de consulta y conservación de la información y documentación y detectado los errores que pudieran producirse en él
- h. 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

R.A.5

- 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

R.A.6

- 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

R.A.7

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

R.A.8	<p>a. Se han identificado los factores que influyen en la prestación del servicio al cliente.</p> <p>b. Se han descrito las fases del procedimiento de relación con los clientes.</p> <p>c. Se han descrito los estándares de calidad definidos en la prestación del servicio.</p> <p>d. Se ha valorado la importancia de una actitud proactiva para anticiparse a incidencias en los procesos.</p> <p>e. Se han detectado los errores producidos en la prestación del servicio.</p> <p>f. Se ha aplicado el tratamiento adecuado en la gestión de las anomalías producidas.</p> <p>g. Se ha explicado el significado e importancia del servicio postventa en los procesos comerciales.</p> <p>h. Se han definido las variables constitutivas del servicio postventa y su relación con la fidelización del cliente.</p> <p>i. Se han identificado las situaciones comerciales que precisan seguimiento y servicio postventa.</p> <p>j. Se han descrito los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio postventa, así como sus fases y herramientas</p>
-------	--

6.2. Resultados de aprendizaje

A continuación, se enumeran los resultados de aprendizaje del módulo:

- R.A.1. Selecciona técnicas de comunicación, relacionándolas con la estructura e imagen de la empresa y los flujos de información existentes en ella.
- R.A.2. Transmite información de forma oral, vinculándola a los usos y costumbres socioprofesionales habituales en la empresa.

- R.A.3. Transmite información escrita, aplicando las técnicas de estilo a diferentes tipos de documentos propios de la empresa y de la Administración Pública.
- R.A.4. Archiva información en soporte papel e informático, reconociendo los criterios de eficiencia y ahorro en los trámites administrativos.
- R.A.5. Reconoce necesidades de posibles clientes aplicando técnicas de comunicación
- R.A.6. Atiende consultas, quejas y reclamaciones de posibles clientes aplicando la normativa vigente en materia de consumo.
- R.A.7. Potencia la imagen de empresa reconociendo y aplicando los elementos y herramientas del marketing.
- R.A.8. Aplica procedimientos de calidad en la atención al cliente identificando los estándares establecidos.

6.3. Instrumentos de evaluación.

Los instrumentos de evaluación son las herramientas que utiliza el docente para recoger la información que le permita evaluar el proceso de aprendizaje de los alumnos y conocer el grado de desarrollo de las competencias y objetivos.

INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> o Dossier de actividades referentes a cada momento de la UD, bien en el cuaderno o bien en AULES. o Trabajos de investigación o Exposiciones, entrevistas orales, que serán evaluadas según la rúbrica entregada al alumnado. o Gamificación, se utilizará juegos con los ordenadores, o aplicaciones digitales como Kahoot/quizizz, que permite preguntas y respuestas de forma intuitiva. o Prueba escrita: es la prueba que se realizará al final de cada una de las unidades didácticas y nos permitirá conocer si el alumno ha conseguido alcanzar los contenidos según normativa.
---------------------------------------	---

4. Criterios de calificación.

En cuanto a los criterios de calificación, en general obtendremos la calificación correspondiente a cada evaluación del siguiente modo:

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN ESPECÍFICOS PARA ESTE MÓDULO

- Se realizarán tres evaluaciones, que se calificarán del 1 al 10. Se considerarán aprobadas las que sean iguales o superiores a 5 y negativas las restantes.
- La calificación trimestral se obtendrá teniendo en cuenta la siguiente media ponderada:

	Instrumentos de evaluación	Porcentaje
Prueba escrita	Preguntas tipo test, preguntas cortas, de aplicación, ejercicios prácticos.	60%
Realización del cuaderno y actividades. Actividades en AULES.	Presentación en plazo, calidad y organización del contenido. Limpieza y ortografía (Rúbrica cuaderno).	30%
Actitud y comportamiento del alumno	Participación en clase, respeto y buen comportamiento e interés. Asistencia y retrasos.	10%

- Las pruebas escritas: Se llevarán a cabo en la fecha acordada. Se realizará varios controles o pruebas objetivas por trimestre. La calificación mínima en cada una de las pruebas parciales deberá ser de 4 puntos, para que pueda realizarse la media aritmética, con el fin de determinar la calificación de la evaluación a la que corresponden.

En caso de no asistir al examen, podrá realizarse otro día, establecido por el docente, siempre que se aporte justificante oficial (médico), o en caso de no tenerlo, será necesario que el padre/madre se reúna con la profesora para justificar la ausencia.

- Realización del cuaderno y actividades, valorando la presentación en plazo, la calidad y organización del contenido, formateado o limpieza y ortografía, se adjunta a cada alumno rúbrica. Respecto a las actividades propuestas en AULES tendrán una fecha de plazo establecida por el docente y deberá cumplirse. En caso de presentarse fuera de plazo su calificación será sobre 5.
- Actitud: Los ítems evaluables en actitud son: participación, motivación, colaboración, organización, constancia y asistencia a clase.
- Todos los criterios de evaluación y calificación que se han enunciado requieren de la colaboración del alumnado, así pues, en caso que la profesora descubriese que algún alumno utiliza recursos engañosos como copias, sustitución de documentos, etc. en la realización de exámenes o pruebas escritas, obtendrá una calificación de cero puntos.
- Las notas de las evaluaciones se expresarán sin decimales, se redondeará al entero más cercano. Se considerarán positivas si son iguales o superiores a cinco, por lo que no se considerará positiva una calificación inferior a cinco.
- Aquellos alumnos que acumulen un 15% de faltas de asistencia perderán la posibilidad de la evaluación continua por trimestres, debiendo examinarse al finalizar el curso de todos los conocimientos impartidos durante el mismo (ordinaria).

La justificación de la falta se tendrá que presentar para que se dé como válida dentro de los 5 días lectivos a la incorporación del alumno.

Convocatoria ordinaria

- o La recuperación de los contenidos no asimilados por el alumnado consistirá en la realización de una prueba de las mismas características a las ya realizadas, la presentación de actividades pendientes o la realización de un trabajo que refuerce los contenidos no superados, según sea el caso. Para lo que se elaborará un plan de recuperación donde se le informará de las actividades y repaso de contenidos.
- o El alumnado que no haya aprobado alguna evaluación deberá recuperarla antes de la sesión ordinaria de evaluación. Superada esta, la nota final será la media aritmética de las evaluaciones.
- o Si el alumno o alumna hubiera perdido el derecho a la evaluación continua se deberá presentar en la convocatoria ordinaria a un examen teórico-práctico de los contenidos de todo el módulo.

Convocatorias extraordinarias

- o Si algún alumno o alumna no logra superar el módulo, será convocado a la evaluación extraordinaria de finales junio con la parte del módulo pendiente siempre y cuando no haya perdido el derecho a la evaluación continua.
- o Si el alumno hubiese perdido el derecho a la evaluación continua deberá presentarse a la convocatoria extraordinaria a un examen teórico-práctico de los contenidos de todo el módulo.

El modelo que sigue esta programación recogerá los siguientes momentos de evaluación:

- √ Inicial y diagnóstica: al comienzo del curso con la finalidad de detectar los conocimientos previos del alumnado en materia de atención al cliente, que facilitarán la adecuación del proceso para la obtención de aprendizajes significativos.
- √ Continua, formativa e informativa: acompañará a todo el proceso proporcionándonos información constante de las carencias y progresos y nos permitirá reorientar y modificar los aspectos que sean disfuncionales.

- √ Final y sumativa: al final del proceso de enseñanza-aprendizaje analizaremos los resultados valorando el grado de consecución de las capacidades propuestas, entendiendo la evaluación como un instrumento para evaluar los logros alcanzados por el alumnado.
- √ Criterial: la evaluación se realizará tomando como referencia los resultados de aprendizaje y los criterios de evaluación del módulo así como los objetivos generales del ciclo formativo.
- √ Diferenciada: atendiendo a la diversidad del alumnado y aplicando procedimientos y técnicas distintas según el tipo de contenido.

6.5. Actividades de refuerzo y ampliación.

Para no limitar el aprendizaje del alumnado se programarán actividades o trabajos de ampliación para los alumnos más aventajados y de refuerzo para aquellos que deban consolidar conceptos que no dominan.

7-RECURSOS DIDÁCTICOS Y ORGANIZATIVOS.

Los Recursos van a ser el conjunto de elementos que elegidos de manera eficaz y reflexiva nos van a servir para realizar satisfactoriamente el conjunto de actividades que se van a ir desarrollando en nuestra programación docente.

El módulo se imparte en las aulas Adm.1 y Adm.2 .Se dispone de los siguientes recursos:

- a) Recursos Didácticos Materiales.
 - Comunicación Empresarial y Atención al Cliente. Ariza Ramírez, Francisco y Juan Manuel. Editorial McGraw Hill ISBN: 978-84-486-2404-0
 - Ejercicios proporcionados por la profesora.
- b) Recursos Audiovisuales.
 - Presentaciones multimedia tipo PowerPoint, infografía, videos de Youtube, etc.
 - Páginas web relacionadas con los contenidos.
- c) Recursos Didácticos Informáticos.

- Aula con equipos informáticos.
- Proyector, altavoces, pizarra.
- Aplicación AULES como herramienta de comunicación para el alumnado. Se subirán los contenidos y actividades de las unidades para que puedan realizar el trabajo en casa, se informará sobre las fechas de exámenes, reuniones etc.
- Aplicación ITACA para la comunicación con los progenitores o tutores del menor.

8-MEDIDAS DE ATENCIÓN AL ALUMNADO CON NECESIDADES EDUCATIVAS ESPECÍFICAS.

En Formación Profesional nos encontramos con grupos de alumnos y alumnas muy heterogéneos por diversas razones, como la edad, la procedencia, la formación académica y la experiencia profesional, entre otras. Por eso, siempre tendremos una diversidad natural en nuestras aulas.

Con relación a la diversidad, hay que destacar la legislación más reciente que es el Decreto 104/2018 y la Orden 20/2019.

La atención a la diversidad se plasma en las medidas de atención educativa específica que, en nuestro caso, son de nivel II (medidas generales) y de nivel III (medidas más específicas). Estas medidas se aplicarán atendiendo a las necesidades concretas de cada alumno y alumna, reforzando el derecho de todos y todas a una educación inclusiva.

Entre las adaptaciones que podemos aplicar en el aula, podemos hacer mención a la modificación temporal, adaptaciones concretas en la metodología, actividades de refuerzo, el uso de herramientas TIC y flexibilidad en los plazos de entrega en aquellos casos en que sea necesario, todo ello sin olvidarnos que en la Formación Profesional no se pueden hacer adaptaciones curriculares significativas, pero sí centrarnos en las competencias que el alumnado no pueda llegar.

9-EVALUACIÓN DE LA PRÁCTICA DOCENTE

Tanto la programación como la herramienta que ayuda a la práctica docente y las unidades didácticas (diseño y funcionamiento) deben ser evaluadas para mejorar la práctica docente.

Esta evaluación se realizará mediante indicadores diseñados por el propio centro educativo, autoevaluaciones del profesor y opinión del alumnado. Deberá realizarse durante el curso y al finalizar el módulo.