

PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA

MÓDULO PROFESIONAL:

SERVICIOS DE ATENCIÓN COMERCIAL

CURSO 2018/19

CFGM ACTIVIDADES COMERCIALES
2º CURSO

DEPARTAMENTO DE COMERCIO Y MARKETING

I.E.S. LA ERÍA (OVIEDO)

INDICE

INDICE.....	2
1. INTRODUCCIÓN.....	3
2. COMPETENCIAS PROFESIONALES.....	4
3. OBJETIVOS GENERALES.....	4
4. RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y ORIENTACIONES PEDAGÓGICAS.....	5
5. OBTENCIÓN DE UNIDADES DE TRABAJO DEL MÓDULO PROFESIONAL A PARTIR DE LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE.....	7
6. SECUENCIACIÓN DE LOS CONTENIDOS.....	13
7. DESARROLLO DE CADA UNIDAD DE TRABAJO. CONTENIDOS.....	14
8. DISTRIBUCIÓN TEMPORAL DE LOS CONTENIDOS.....	29
9. METODOLOGÍA DIDÁCTICA.....	30
10. EVALUACIÓN.....	31
10.1 PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN.....	31
10.2 CRITERIOS DE CALIFICACIÓN.....	32
10.3 ACTIVIDADES DE RECUPERACIÓN.....	34
10.4 EVALUACIÓN EXTRAORDINARIA DE JUNIO.....	34
10.5 NORMAS SOBRE ASISTENCIA A CLASE. IMPOSIBILIDAD DE APLICACIÓN DE LA EVALUACIÓN CONTINUA.....	35
11. INCORPORACIÓN DE LOS CONTENIDOS TRANSVERSALES.....	35
12. INSTALACIONES, MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS.....	36
13. MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD DE LOS ALUMNOS/AS.....	36
14. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES.....	37
15. EL MÓDULO PROFESIONAL “SERVICIOS DE ATENCIÓN COMERCIAL” EN LA ENSEÑANZA A DISTANCIA.....	38
ANEXO 1: PROGRAMACIÓN DE TUTORÍAS COLECTIVAS.....	43
ANEXO 2: REGISTROS DE INCIDENCIAS DE TUTORÍA INDIVIDUAL Y COLECTIVA.....	44

1. INTRODUCCIÓN

DATOS IDENTIFICATIVOS DEL MÓDULO

Módulo Profesional	SERVICIOS DE ATENCIÓN COMERCIAL
Código	1234
Ciclo Formativo	ACTIVIDADES COMERCIALES
Nivel Profesional	GRADO MEDIO
Curso	2º
Duración	95 horas
Tipo de módulo	Módulo asociado a la unidad de competencia: UC0241_2: Ejecutar las acciones de servicio de atención al cliente, consumidor y usuario.
Objetivos Generales del Ciclo	ñ), q), r), s), t), u), v) y w)
Competencias del Título	j), m), n), ñ), o) y q)
Normativa que regula el título	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico en Actividades Comerciales y se fijan sus enseñanzas mínimas. (BOE del 27/12/2011)</i> • <i>Decreto 56/2013, de 24 de julio, por el que se establece el currículo del ciclo formativo de Grado Medio de Formación Profesional en Actividades Comerciales. (BOPA del 02/08/2013).</i>
Referente europeo	CINE-3b (Clasificación Internacional Normalizada de la Educación).
Especialidad del Profesorado	Procesos Comerciales (Profesora Técnica o Profesor Técnico de Formación Profesional)
Familia Profesional	COMERCIO Y MARKETING

2. COMPETENCIAS PROFESIONALES.

Competencias Profesionales (CP): Según Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre.

Relación de Competencias profesionales, respetando la letra con la que aparece en el Real Decreto.

j) Ejecutar los planes de atención al cliente, gestionando un sistema de información para mantener el servicio de calidad que garantice el nivel de satisfacción de los clientes, consumidores o usuarios.

m) Adaptarse a las nuevas situaciones laborales originadas por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos, actualizando sus conocimientos, utilizando los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación.

n) Actuar con responsabilidad y autonomía en el ámbito de su competencia, organizando y desarrollando el trabajo asignado, cooperando o trabajando en equipo con otros profesionales en el entorno de trabajo.

ñ) Resolver de forma responsable las incidencias relativas a su actividad, identificando las causas que las provocan, dentro del ámbito de su competencia y autonomía.

o) Comunicarse eficazmente, respetando la autonomía y competencia de las distintas personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.

q) Aplicar procedimientos de calidad, de accesibilidad universal y de “diseño para todos” en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.

3. OBJETIVOS GENERALES.

Objetivos Generales (OG): Según Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre.

Relación de Objetivos generales, respetando la letra con la que aparece en el Real Decreto.

ñ) Seleccionar acciones de información al cliente, asesorándolo con diligencia y cortesía y gestionando en su caso las quejas y reclamaciones presentadas, para ejecutar los planes de atención al cliente.

q) Analizar y utilizar los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación para aprender y actualizar sus conocimientos, reconociendo las posibilidades de mejora profesional y personal, para adaptarse a diferentes situaciones profesionales y laborales.

r) Desarrollar trabajos en equipo y valorar su organización, participando con tolerancia y respeto, y tomar decisiones colectivas o individuales para actuar con responsabilidad y autonomía.

s) Adoptar y valorar soluciones creativas ante problemas y contingencias que se presentan

en el desarrollo de los procesos de trabajo, para resolver de forma responsable las incidencias de su actividad.

t) Aplicar técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a su finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia del proceso.

u) Analizar los riesgos ambientales y laborales asociados a la actividad profesional, relacionándolos con las causas que los producen, a fin de fundamentar las medidas preventivas que se van adoptar, y aplicar los protocolos correspondientes para evitar daños en uno mismo, en las demás personas, en el entorno y en el medio ambiente.

v) Analizar y aplicar las técnicas necesarias para dar respuesta a la accesibilidad universal y al “diseño para todos”.

w) Aplicar y analizar las técnicas necesarias para mejorar los procedimientos de calidad del trabajo en el proceso de aprendizaje y del sector productivo de referencia.

4. RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y ORIENTACIONES PEDAGÓGICAS.

Resultados de aprendizaje (RA): Según Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre.

Relación de Resultados de aprendizaje, respetando el número con el que aparece en el Real Decreto.

1. Desarrolla actividades de atención/información a la clientela, procurando transmitir la imagen más adecuada de la empresa u organización.

2. Utiliza técnicas de comunicación en situaciones de atención a la clientela, personas consumidoras y usuarias, proporcionando la información solicitada.

3. Organiza la información relativa a la relación con la clientela, aplicando técnicas de organización y archivo tanto manuales como informáticas.

4. Identifica los organismos e instituciones de protección y defensa de personas consumidoras y usuarias, analizando las competencias de cada una de ellas.

5. Realiza trámites de quejas y reclamaciones de la clientela/ persona consumidora, aplicando técnicas de comunicación y negociación para su resolución.

6. Colabora en la ejecución del plan de calidad y mejora del servicio de atención a la clientela, aplicando técnicas de evaluación y control de la eficacia del servicio.

Orientaciones pedagógicas

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar funciones relacionadas con el servicio de atención a la clientela y con la gestión de quejas y reclamaciones de clientela/personas consumidoras/personas usuarias tales como:

- Desarrollo de acciones de información a la clientela, personas consumidoras y usuarias.
- Organización, tratamiento y archivo de documentación relativa al servicio de atención a la clientela.
- Aplicación de técnicas de comunicación en situaciones de información a la clientela y gestión de consultas, quejas y reclamaciones.
- Aplicación de técnicas de negociación en situaciones de reclamaciones.
- Aplicación de métodos de evaluación y control de calidad de los servicios de atención/información a la clientela, personas consumidoras y usuarias.
- Desarrollo de acciones previstas en planes de calidad y mejora del servicio de atención a la clientela.
- Desarrollo de acciones previstas en programas de fidelización de clientela.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- Los departamentos de atención a la clientela, personas consumidoras y usuarias de empresas y organizaciones públicas y privadas.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales ñ), q), r), s), t), u), v) y w) del ciclo formativo, y las competencias j), m), n), ñ), o) y q) del título.

Las líneas de actuación en el proceso enseñanza-aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo versarán sobre:

- Utilización de técnicas de comunicación en situaciones de información y asesoramiento a la clientela y en la gestión de quejas y reclamaciones.
- Aplicación de técnicas de negociación en situaciones de reclamación en materia de consumo.
- Tratamiento, organización y archivo de documentación.
- Elaboración de informes.
- Manejo de bases de datos y herramientas informáticas de gestión de las relaciones con la clientela.
- Análisis de consultas y reclamaciones en materia de consumo para establecer las líneas de actuación de acuerdo con la legislación y procedimientos establecidos.
- Aplicación de métodos de evaluación y control de calidad del servicio de atención/información a la clientela.
- Planteamiento de acciones de fidelización de la clientela.

5. OBTENCIÓN DE UNIDADES DE TRABAJO DEL MÓDULO PROFESIONAL A PARTIR DE LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE.

Resultados de aprendizaje (RA) y Criterios de Evaluación (CE)	MINIMOS PARA ESTA UNIDAD	UNIDADES DE TRABAJO (UT)
<p>RA 1. Desarrolla actividades de atención/información a la clientela, procurando transmitir la imagen más adecuada de la empresa u organización.</p> <p>CRITERIOS DE EVALUACIÓN:</p> <p>a) Se han identificado las funciones del departamento de atención a la clientela de distintos tipos de empresas y organizaciones.</p> <p>b) Se han identificado diferentes tipos de organización del departamento de atención a la clientela según características de la empresa u organización.</p> <p>c) Se han definido las relaciones del departamento de atención a la clientela con el de marketing, el de ventas y otros departamentos de la empresa.</p> <p>d) Se han confeccionado organigramas de empresas comerciales, teniendo en cuenta su tamaño, estructura y actividad.</p> <p>e) Se han diferenciado las áreas de actividad y acciones del servicio de atención a la clientela, teniendo en cuenta la legislación vigente.</p> <p>f) Se han identificado las funciones de los <i>contact centers</i> y los servicios que prestan a las empresas u organizaciones.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Identifica las funciones del departamento de atención al cliente y los diferentes tipos de organización según las características de la empresa. - Conoce la relación que existe entre del departamento de atención a la clientela con el de marketing, el de ventas y otros departamentos de la empresa. - Sabe confeccionar el organigrama de una empresa comercial. - Conoce la legislación vigente del servicio de atención al cliente. - Conoce las funciones de los <i>contact centers</i>. 	<p>UT 1: Desarrollo de actividades de atención/información a la clientela.</p>

Resultados de aprendizaje (RA) y Criterios de Evaluación (CE)	MINIMOS PARA ESTA UNIDAD	UNIDADES DE TRABAJO (UT)
<p>RA 2. Utiliza técnicas de comunicación en situaciones de atención a la clientela, personas consumidoras y usuarias, proporcionando la información solicitada.</p> <p>CRITERIOS DE EVALUACIÓN:</p> <p>a) Se ha descrito el proceso de comunicación, los elementos que intervienen y las barreras y dificultades que pueden surgir en el mismo.</p> <p>b) Se han identificado los canales de comunicación, interna y externa, de las empresas y organizaciones.</p> <p>c) Se han descrito las fases del proceso de información a la clientela y las técnicas utilizadas en los diferentes canales de comunicación.</p> <p>d) Se ha solicitado la información requerida por la clientela al departamento u organismo competente, a través de distintos canales de comunicación.</p> <p>e) Se ha facilitado información a supuesta clientela, utilizando la escucha activa y prestando especial atención a la comunicación no verbal.</p> <p>f) Se han mantenido conversaciones telefónicas para informar a supuesta clientela, utilizando actitudes, normas de protocolo y técnicas adecuadas.</p> <p>g) Se han redactado escritos de respuesta a solicitudes de información en situaciones de atención a la clientela, aplicando las técnicas adecuadas.</p> <p>h) Se ha utilizado el correo electrónico y la mensajería instantánea para contestar a las consultas de la clientela, respetando las normas de protocolo y adoptando una actitud adecuada.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Describe el proceso de comunicación, los elementos que intervienen y las barreras y dificultades que pueden surgir en el mismo. - Identifica los canales de comunicación, interna y externa, de las empresas y organizaciones. - Conoce las fases del proceso de información a la clientela y las técnicas utilizadas en los diferentes canales de comunicación. - Sabe solicitar la información requerida por la clientela al departamento u organismo competente, a través de distintos canales de comunicación. - Sabe facilitar información a supuesta clientela, utilizando la escucha activa y prestando especial atención a la comunicación no verbal. - Sabe mantener conversaciones telefónicas para informar a supuesta clientela, utilizando actitudes, normas de protocolo y técnicas adecuadas. - Redacta escritos de respuesta a solicitudes de información en situaciones de atención a la clientela, aplicando las técnicas adecuadas. - Es capaz de utilizar el correo electrónico y la mensajería instantánea para contestar a las consultas de la clientela, respetando las normas de protocolo y adoptando una actitud adecuada. 	<p>UT 2: Utilización de técnicas de comunicación en situaciones de atención a la clientela.</p>

Resultados de aprendizaje (RA) y Criterios de Evaluación (CE)	MINIMOS PARA ESTA UNIDAD	UNIDADES DE TRABAJO (UT)
<p>RA 3. Organiza la información relativa a la relación con la clientela, aplicando técnicas de organización y archivo tanto manuales como informáticas.</p> <p>CRITERIOS DE EVALUACIÓN:</p> <p>a) Se han descrito las técnicas de organización y archivo de la información, tanto manuales como informáticas.</p> <p>b) Se han descrito las técnicas más habituales de catalogación y archivo de documentación, analizando sus ventajas e inconvenientes.</p> <p>c) Se han clasificado distintos tipos de documentación en materia de atención a la clientela personas consumidoras y usuarias.</p> <p>d) Se han elaborado, actualizado y consultado bases de datos con la información relativa a la clientela.</p> <p>e) Se han manejado herramientas de gestión de las relaciones con la clientela (CRM), de acuerdo con las especificaciones recibidas.</p> <p>f) Se ha registrado la información relativa a las consultas o solicitudes de la clientela en la herramienta de gestión de las relaciones con la clientela.</p> <p>g) Se han aplicado métodos para garantizar la integridad de la información y la protección de datos, de acuerdo con la normativa vigente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Identifica las técnicas de organización y archivo de la información, tanto manuales como informáticas. – Conoce las técnicas más habituales de catalogación y archivo de documentación, analizando sus ventajas e inconvenientes. – Es capaz de clasificar distintos tipos de documentación en materia de atención a la clientela personas consumidoras y usuarias. – Elabora, actualiza y consulta bases de datos con la información relativa a la clientela. – Maneja herramientas de gestión de las relaciones con la clientela (CRM), de acuerdo con las especificaciones recibidas. – Es capaz de registrar la información relativa a las consultas o solicitudes de la clientela en la herramienta de gestión de las relaciones con la clientela. – Sabe aplicar métodos para garantizar la integridad de la información y la protección de datos, de acuerdo con la normativa vigente. 	<p>UT 3: Organización de la información relativa a la relación con la clientela</p>

Resultados de aprendizaje (RA) y Criterios de Evaluación (CE)	MINIMOS PARA ESTA UNIDAD	UNIDADES DE TRABAJO (UT)
<p>RA 4. Identifica los organismos e instituciones de protección y defensa de personas consumidoras y usuarias, analizando las competencias de cada una de ellas.</p> <p>CRITERIOS DE EVALUACIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Se ha definido el concepto de persona consumidora y usuaria, diferenciando las consumidoras finales y las industriales. b) Se ha identificado la normativa nacional, autonómica y local que regula los derechos de las personas consumidoras y usuarias. c) Se han identificado las instituciones y organismos, públicos y privados, de protección a personas consumidoras y usuarias, describiendo sus competencias. d) Se ha interpretado la normativa aplicable a la gestión de quejas y reclamaciones a la clientela, personas consumidoras y usuarias en materia de consumo. e) Se han descrito las fuentes de información que facilitan información fiable en materia de consumo. 	<ul style="list-style-type: none"> – Conoce el concepto de persona consumidora y usuaria, diferenciando las consumidoras finales y las industriales. – Conoce la normativa nacional, autonómica y local que regula los derechos de las personas consumidoras y usuarias. – Identifica las instituciones y organismos, públicos y privados, de protección a personas consumidoras y usuarias, describiendo sus competencias. – Es capaz de interpretar la normativa aplicable a la gestión de quejas y reclamaciones a la clientela, personas consumidoras y usuarias en materia de consumo. – Identifica las fuentes de información que facilitan información fiable en materia de consumo. 	<p>UT 4: Identificación de los organismos e instituciones de protección y defensa de personas consumidoras y usuarias</p>

Resultados de aprendizaje (RA) y Criterios de Evaluación (CE)	MINIMOS PARA ESTA UNIDAD	UNIDADES DE TRABAJO (UT)
<p>RA 5. Realiza trámites de quejas y reclamaciones de la clientela/ persona consumidora, aplicando técnicas de comunicación y negociación para su resolución.</p> <p>CRITERIOS DE EVALUACIÓN:</p> <p>a) Se han identificado los tipos de consultas, quejas, reclamaciones y denuncias más habituales en materia de consumo.</p> <p>b) Se ha descrito el procedimiento que hay que seguir, así como las fases, la forma y los plazos del proceso de tramitación de las reclamaciones de la clientela.</p> <p>c) Se ha informado a la clientela de sus derechos y los posibles mecanismos de solución de la reclamación, de acuerdo con la normativa vigente.</p> <p>d) Se ha cumplimentado la documentación necesaria para cursar la reclamación hacia el departamento u organismo competente.</p> <p>e) Se han aplicado técnicas de comunicación en la atención de las quejas y reclamaciones, utilizando la escucha activa, la empatía y la asertividad.</p> <p>f) Se han utilizado técnicas de negociación y actitudes que faciliten el acuerdo para resolver las reclamaciones de la clientela.</p> <p>g) Se han identificado y cumplimentado los documentos relativos a la tramitación de las quejas, reclamaciones y denuncias.</p> <p>h) Se ha informado al reclamante de la situación y del resultado de la queja o reclamación, de forma oral y/o escrita, y/o por medios electrónicos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Identifica los tipos de consultas, quejas, reclamaciones y denuncias más habituales en materia de consumo. - Conoce el procedimiento que hay que seguir, así como las fases, la forma y los plazos del proceso de tramitación de las reclamaciones de la clientela. - Es capaz de informar a la clientela de sus derechos y los posibles mecanismos de solución de la reclamación, de acuerdo con la normativa vigente. - Sabe cumplimentar la documentación necesaria para cursar la reclamación hacia el departamento u organismo competente. - Aplica técnicas de comunicación en la atención de las quejas y reclamaciones, utilizando la escucha activa, la empatía y la asertividad. - Utiliza técnicas de negociación y actitudes que faciliten el acuerdo para resolver las reclamaciones de la clientela. - Es capaz de identificar y cumplimentar los documentos relativos a la tramitación de las quejas, reclamaciones y denuncias. - Sabe informar al reclamante de la situación y del resultado de la queja o reclamación, de forma oral y/o escrita, y/o por medios electrónicos. 	

Resultados de aprendizaje (RA) y Criterios de Evaluación (CE)	MINIMOS PARA ESTA UNIDAD	UNIDADES DE TRABAJO (UT)
<p>RA 6. Colabora en la ejecución del plan de calidad y mejora del servicio de atención a la clientela, aplicando técnicas de evaluación y control de la eficacia del servicio.</p> <p>CRITERIOS DE EVALUACIÓN:</p> <p>a) Se han identificado los métodos aplicables para evaluar la eficacia del servicio de atención/información a la clientela.</p> <p>b) Se ha realizado el seguimiento del proceso de tramitación de las quejas y reclamaciones, evaluando la forma y los plazos de resolución.</p> <p>c) Se han identificado las principales incidencias y retrasos en el servicio de atención a la clientela y en la resolución de quejas y reclamaciones.</p> <p>d) Se han descrito las principales medidas aplicables para solucionar las anomalías detectadas y mejorar la calidad del servicio.</p> <p>e) Se han aplicado técnicas para medir el nivel de satisfacción de la clientela y la eficacia del servicio prestado.</p> <p>f) Se han redactado informes con los resultados y conclusiones de la evaluación de la calidad, utilizando herramientas informáticas.</p> <p>g) Se han aplicado las acciones establecidas en el plan de mejora de la calidad del servicio, utilizando aplicaciones informáticas.</p> <p>h) Se han desarrollado las acciones establecidas en el plan de fidelización de clientela, utilizando la información disponible en la herramienta de gestión de las relaciones con la clientela (CRM).</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Identifica los métodos aplicables para evaluar la eficacia del servicio de atención/información a la clientela. Se ha realizado el seguimiento del proceso de tramitación de las quejas y reclamaciones, evaluando la forma y los plazos de resolución. – Es capaz de realizar el seguimiento del proceso de tramitación de las quejas y reclamaciones, evaluando la forma y los plazos de resolución. – Conoce las principales incidencias y retrasos en el servicio de atención a la clientela y en la resolución de quejas y reclamaciones. – Analiza las principales medidas aplicables para solucionar las anomalías detectadas y mejorar la calidad del servicio. – Sabe aplicar técnicas para medir el nivel de satisfacción de la clientela y la eficacia del servicio prestado. – Sabe redactar informes con los resultados y conclusiones de la evaluación de la calidad, utilizando herramientas informáticas. – Es capaz de aplicar las acciones establecidas en el plan de mejora de la calidad del servicio, utilizando aplicaciones informáticas. – Realiza las acciones establecidas en el plan de fidelización de clientela, utilizando la información disponible en la herramienta de gestión de las relaciones con la clientela (CRM). 	<p>UT 6: Colaboración en la ejecución del plan de calidad y mejora del servicio de atención a la clientela y personas consumidoras y usuarias</p>

6. SECUENCIACIÓN DE LOS CONTENIDOS.

MÓDULO PROFESIONAL:		
SECUENCIA	Nº HORAS	DESCRIPCIÓN COMPLETA DE LA UT
UT 01	12	Desarrollo de actividades de atención/información a la clientela
UT02	24	Utilización de técnicas de comunicación en situaciones de atención a la clientela
UT 03	16	Organización de la información relativa a la relación con la clientela
UT 04	16	Identificación de los organismos e instituciones de protección y defensa de personas consumidoras y usuarias
UT 05	16	Realización de la tramitación de quejas y reclamaciones de la clientela/personas consumidoras
UT 06	11	Colaboración en la ejecución del plan de calidad y mejora del servicio de atención a la clientela y personas consumidoras y usuarias

7. DESARROLLO DE CADA UNIDAD DE TRABAJO. CONTENIDOS

UT 01: Desarrollo de actividades de atención/información a la clientela		
Nº de horas de la unidad: 12		Nº de horas presenciales: ¹
Conceptos	Procedimientos	Actitudes
<ul style="list-style-type: none"> – La atención a la clientela en las empresas y organizaciones. – Gestión de las relaciones con clientela. – La identidad corporativa y la imagen de marca. – Servicios de atención a la clientela y personas consumidoras y usuarias. – El departamento de atención a la clientela en las empresas y organizaciones. – Relaciones con otros departamentos de la empresa u organización. – Estructuras organizativas: organigramas. – Tipos de organigramas. – Los <i>contact centers</i>. Funciones que desarrollan en la relación con la clientela. Tipología. Servicios que prestan a las empresas. 	<ul style="list-style-type: none"> – Tipificación de las funciones del Departamento de Atención al Cliente de distintos tipos de empresas y organizaciones. – Identificación de los diferentes tipos de organización del Departamento de Atención al Cliente según características de la empresa u organización. – Definición de las relaciones del Departamento de Atención al Cliente con el de <i>Marketing</i>, el de Ventas y otros departamentos de la empresa. – Confección de organigramas de empresas comerciales, teniendo en cuenta su tamaño, estructura y actividad. – Diferenciación de las áreas de actividad y acciones del Servicio de Atención al Cliente, teniendo en cuenta la legislación vigente. – Detalle de las funciones de los <i>contact centers</i> y los servicios que prestan a las empresas u organizaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> – Planificación metódica de las tareas a realizar con previsión de las dificultades y el modo de superarlas. – Valoración del orden y limpieza, tanto durante las fases del proceso como en la presentación de las actividades y tareas. – Actitud ordenada y metódica durante la realización de las tareas y perseverancia ante las dificultades.

¹ En la enseñanza a distancia

UT 01: Desarrollo de actividades de atención/información a la clientela		
Nº de horas de la unidad: 12		Nº de horas presenciales:¹
Contenidos propuestos		
<p>Actividades de atención e información al cliente</p> <p>1. La atención al cliente en las empresas y organizaciones</p> <p> 1.1 Concepto y características de la atención al cliente</p> <p> 1.2 Tendencias en la atención al cliente en las organizaciones</p> <p>2. Servicios de atención al cliente/consumidor/usuario.</p> <p> 2.1 Diferenciando el concepto de cliente, consumidor y usuario</p> <p> 2.1.1 Concepto de cliente.</p> <p> 2.1.2 Concepto de consumidor</p> <p> 2.1.3 Concepto de usuario.</p> <p> 2.2 Clasificación de los clientes</p> <p> 2.2.1 Clientes actuales</p> <p> 2.2.2 Clientes potenciales</p> <p> 2.3 Servicios de atención al cliente</p> <p>3. Estructura organizativa de la empresa</p> <p> 3.1 Organigramas</p> <p> 3.1.1. Principales funciones en las empresas</p> <p> 3.2 El Departamento de Atención al cliente y su relación con otros departamentos</p> <p> 3.2.1 División funcional</p> <p> 3.2.2 División por productos</p> <p> 3.2.3 Organización por clientes</p> <p> 3.2.4 Organización geográfica</p>		

UT 01: Desarrollo de actividades de atención/información a la clientela		
Nº de horas de la unidad: 12		Nº de horas presenciales:¹
<p>3.2.5 Organización basada en el cliente</p> <p>4. Identidad e imagen corporativa</p> <p>4.1 Identidad corporativa</p> <p>4.2 Imagen corporativa</p> <p>Gestión de las relaciones con clientes</p> <p>1. Los contact centers</p> <p>1.1 Tipología</p> <p>1.2 Servicios que prestan a las empresas</p> <p>2. Código deontológico de los contact centers</p> <p>3. Chats, foros y videoconferencias</p> <p>3.1 Videoconferencia</p> <p>4. Bases de datos de clientes</p> <p>4.1 ¿Es mejor comprar o crear una base de datos?</p> <p>4.2 Planificación de una base de datos</p> <p>4.3 Cómo crear una base de datos con Access</p> <p>5. Herramientas de gestión de las relaciones con clientes (CRM)</p> <p>5.1 Principales aplicaciones</p> <p>5.2 Tipos de CRM</p> <p>5.3 Implantación del CRM</p> <p>5.4 Principales errores en la implantación CRM</p>		

UT 02: Utilización de técnicas de comunicación en situaciones de atención a la clientela		
Nº de horas de la unidad: 24		Nº de horas presenciales:
Conceptos	Procedimientos	Actitudes
<ul style="list-style-type: none"> - La comunicación en la empresa. Información y comunicación. - El proceso de comunicación. - Tipos de comunicación. - Técnicas de comunicación en situaciones de información a la clientela. - La empatía. - La asertividad. - La comunicación oral. La comunicación telefónica. La comunicación no verbal. - La comunicación escrita. Tipos de cartas comerciales. Comunicaciones formales (instancia, recurso, certificado, declaración y oficio). Informes. - Otros documentos escritos. - La comunicación escrita a través de la red (Internet/Intranet). - El correo electrónico. La mensajería instantánea. - Comunicación en tiempo real (chat y videoconferencia) y comunicación diferida (foros). 	<ul style="list-style-type: none"> - Descripción del proceso de comunicación, los elementos que intervienen, y las barreras y dificultades que pueden surgir en el mismo. - Identificación de los canales de comunicación, interna y externa, de las empresas y organizaciones. - Descripción de las fases del proceso de información al cliente o clienta y las técnicas utilizadas en los diferentes canales de comunicación. - Petición de la información requerida por el cliente o clienta al departamento u organismo competente, a través de distintos canales de comunicación. - Comunicación de información a supuestos clientes y clientas, utilizando la escucha activa y prestando especial atención a la comunicación no verbal. - Celebración de conversaciones telefónicas para informar a supuestos clientes y clientas, utilizando actitudes, normas de protocolo y técnicas adecuadas. - Redacción de escritos de respuesta a solicitudes de información en situaciones de atención al 	<ul style="list-style-type: none"> - Planificación metódica de las tareas a realizar, con previsión de las dificultades y el modo de superarlas. - Valoración del orden y limpieza, tanto durante las fases del proceso como en la presentación de las actividades y tareas. - Actitud ordenada y metódica durante la realización de las tareas, y perseverancia ante las dificultades.

UT 02: Utilización de técnicas de comunicación en situaciones de atención a la clientela		
Nº de horas de la unidad: 24		Nº de horas presenciales:
<p>Contenidos propuestos</p> <p>La comunicación en la empresa I</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. La comunicación en la empresa. Información y comunicación. Tipos <ol style="list-style-type: none"> 1.1 Funciones de la comunicación 1.2 Tipos de comunicación en la empresa 2. El proceso de comunicación <ol style="list-style-type: none"> 2.1 Elementos de comunicación <ol style="list-style-type: none"> 2.1.1 El emisor 2.1.2 El receptor 2.1.3 El mensaje 2.1.4 El código 2.1.5 El canal o medio de comunicación 2.1.6 Retroalimentación o feedback 2.2 Barreras en la comunicación 3. Empatía y asertividad <ol style="list-style-type: none"> 3.1 Empatía 3.2 Asertividad <ol style="list-style-type: none"> 3.2.1 Qué implica ser una persona asertiva 3.2.2 Características de la persona asertiva 3.2.3 ¿Cómo se comporta una persona pasiva, agresiva y asertiva? 4. Inteligencia emocional 5. La comunicación oral <ol style="list-style-type: none"> 5.1 Características de la comunicación oral 	<p>cliente, aplicando las técnicas adecuadas.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Uso y gestión del correo electrónico y la mensajería instantánea para contestar a las consultas de clientes y clientas, respetando las normas de protocolo y adoptando una actitud adecuada. 	

UT 02: Utilización de técnicas de comunicación en situaciones de atención a la clientela		
Nº de horas de la unidad: 24		Nº de horas presenciales:
<p>5.2 Principios básicos para una comunicación oral eficaz</p> <p>5.3 La escucha activa</p> <p>5.3.1 Elementos que facilitan la escucha activa</p> <p>5.3.2 Elementos que deben evitarse en la escucha activa</p> <p>5.3.3 Habilidades para la escucha activa</p> <p>5.4 Habilidades para hablar en público</p> <p>5.5 Habilidades en la atención al público</p> <p>5.6 Habilidades en las conversaciones</p> <p>5.7 Clasificación de las comunicaciones orales</p> <p>6. La comunicación telefónica</p> <p>6.1 Sugerencias para conseguir el éxito en la atención telefónica</p> <p>6.2 Telemarketing</p> <p>6.2.1 Software para telemarketing</p> <p>7. La comunicación no verbal</p> <p>7.1 La mirada</p> <p>7.2 El rostro</p> <p>7.3 Distancia física</p> <p>7.4 Contacto físico</p> <p>7.5 Posturas y gestos</p> <p>7.6 Imagen personal</p> <p>La comunicación en la empresa II</p> <p>1. La comunicación escrita</p> <p>1.1 Características</p> <p>1.2 Principios básicos para una</p>		

UT 02: Utilización de técnicas de comunicación en situaciones de atención a la clientela		
Nº de horas de la unidad: 24		Nº de horas presenciales:
comunicación escrita eficaz 1.3 Clasificación de la comunicación escrita 2. Las cartas comerciales 2.1 Estilo y formalidad de una carta 2.2 Ejemplos y modelos de cartas comerciales 3. Comunicaciones formales 4. Comunicación promocional y publicitaria 5. El correo electrónico. La mensajería instantánea 5.1 Recomendaciones cuando se recibe un mensaje 5.2 Recomendaciones para escribir y enviar un mensaje 5.3 Mensajería instantánea.		

UT 03: Organización de la información relativa a la relación con la clientela		
Nº de horas de la unidad: 16		Nº de horas presenciales: 4
Conceptos	Procedimientos	Actitudes
<ul style="list-style-type: none"> – Técnicas de organización y archivo de documentación. Sistemas de clasificación, catalogación y archivo de documentos. – Tipos de archivos. – Organización de documentos de atención a la clientela. – Ficheros de clientela. – Las bases de datos. – Bases de datos documentales. – Herramientas de gestión de las relaciones con clientela (CRM). – Manejo de bases de datos de clientela. – Transmisión de información en la empresa. Elaboración de informes. – Normativa legal en materia de protección de datos. <p>Contenidos propuestos Organización de los documentos en las relaciones con clientes</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Organización de la documentación <ol style="list-style-type: none"> 1.1 Recepción de documentación 1.2 Salida de documentación 	<ul style="list-style-type: none"> – Descripción de las técnicas de organización y archivo de la información, tanto manual como informática. – Descripción de las técnicas más habituales de catalogación y archivo de documentación, analizando sus ventajas e inconvenientes. – Clasificación de los distintos tipos de documentación en materia de atención al cliente/consumidor/usuario. – Elaboración, actualización y consulta de bases de datos con la información relativa a la clientela. – Manejo de herramientas de gestión de las relaciones con la clientela (CRM), de acuerdo con las especificaciones recibidas. – Registro de la información relativa a las consultas o solicitudes de la clientela en la herramienta de gestión de las relaciones con clientes y clientas. – Aplicación de métodos para garantizar la integridad de la información y la protección de datos, de acuerdo con la normativa vigente. 	<ul style="list-style-type: none"> – Planificación metódica de las tareas a realizar con previsión de las dificultades y el modo de superarlas. – Valoración del orden y limpieza, tanto durante las fases del proceso como en la presentación de las actividades y tareas. – Compromiso y cumplimiento de los plazos establecidos en la ejecución de una tarea.

UT 03: Organización de la información relativa a la relación con la clientela		
Nº de horas de la unidad: 16		Nº de horas presenciales: 4
<ul style="list-style-type: none"> 1.3 Medios de envío de correspondencia y paquetería 2. Archivo de documentos y sistemas de clasificación <ul style="list-style-type: none"> 2.1 Normas de conservación 2.2 Sistemas de clasificación <ul style="list-style-type: none"> 2.2.1 Sistema alfabético 2.2.2 Sistema alfanumérico 2.2.3 Geográfico 2.2.4 Temático 2.2.5 Cronológico 3. Archivo en soporte informático 4. Tratamiento de la información y elaboración de informes. 5. Normativa legal en materia de protección de datos <ul style="list-style-type: none"> 5.1 Procedimientos y obligaciones según la normativa <ul style="list-style-type: none"> 5.1.1 Inscripción de ficheros 5.1.2 Calidad de los datos 5.1.3 Deber de información 5.1.4 Tratamiento y cesión 5.1.5 Deber de colaboración con la Agencia 5.1.6 Deber de guardar secreto 5.1.7 Atención de los derechos de los ciudadanos: los derechos ARCO 5.1.8 Medidas de seguridad 		

UT 04: Identificación de los organismos e instituciones de protección y defensa de personas consumidoras y usuarias		
Nº de horas de la unidad: 16		Nº de horas presenciales:
Conceptos	Procedimientos	Actitudes
<ul style="list-style-type: none"> – Concepto de persona consumidora y usuaria. – Personas consumidoras y usuarias finales e industriales. – Derechos de las personas consumidoras. – La defensa de las personas consumidoras. Normativa legal. – Instituciones públicas de protección a las personas consumidoras. Tipología. – Competencias. – Entidades privadas de protección a las personas consumidoras. Tipología. Competencias <p>Contenidos propuestos Protección y defensa del consumidor y usuario</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Concepto de consumidor y usuario 2. Los derechos del consumidor <ol style="list-style-type: none"> 2.1 La protección contra los riesgos que pueden afectar a la salud o seguridad. 2.2 La protección de sus legítimos intereses económicos y sociales: en particular frente a las prácticas 	<ul style="list-style-type: none"> – Definición del concepto de “consumidor” o “consumidora” y “usuario” o “usuaria”, diferenciando los consumidores o consumidoras finales y los industriales. – Identificación de la normativa nacional, autonómica y local que regula los derechos del consumidor o consumidora y usuario o usuaria. – Identificación de las instituciones y organismos, públicos y privados, de protección al consumidor o consumidora y usuario o usuaria, describiendo sus competencias. – Interpretación de la normativa aplicable a la gestión de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor/usuario o de la clienta/consumidora/usuaria en materia de consumo. – Descripción de las fuentes de información que facilitan información fiable en materia de consumo. 	<ul style="list-style-type: none"> – Planificación metódica de las tareas a realizar, con previsión de las dificultades y el modo de superarlas. – Actitud ordenada y metódica durante la realización de las tareas, y perseverancia ante las dificultades. – Compromiso y cumplimiento de los plazos establecidos en la ejecución de una tarea.

UT 04: Identificación de los organismos e instituciones de protección y defensa de personas consumidoras y usuarias		
Nº de horas de la unidad: 16		Nº de horas presenciales:
<p>comerciales desleales y la inclusión de cláusulas abusivas en los contratos</p> <p>2.3 La indemnización de los daños y la reparación de los perjuicios sufridos</p> <p>2.4 Información necesaria en la oferta comercial de bienes y servicios.</p> <p>2.5 Representación y consulta de consumidores y usuarios</p> <p>2.6 La protección de sus derechos mediante procedimientos eficaces, en especial ante situaciones de inferioridad, subordinación e indefensión.</p> <p>3. Marco jurídico de la defensa del consumidor</p> <p>4. Instituciones públicas de protección al consumidor. Tipología. Competencias</p> <p>4.1 Responsabilidades y funciones</p> <p>4.1.1 Facilitar y promover la actividad comercial</p> <p>4.1.2 Velar por el buen cumplimiento de la legislación comercial vigente</p> <p>4.1.3 Informar y defender a los consumidores</p> <p>5. Entidades privadas de protección al consumidor. Tipología. Competencias</p> <p>5.1 Funciones y competencias</p> <p>5.2 Tipos de entidades privadas de protección al consumidor.</p>		

UT 05: Realización de la tramitación de quejas y reclamaciones de la clientela/personas consumidoras		
Nº de horas de la unidad: 16		Nº de horas presenciales:
Conceptos	Procedimientos	Actitudes
<ul style="list-style-type: none"> - Tipos de consultas, quejas, reclamaciones y denuncias más habituales en materia de consumo. - Normativa vigente en materia de consumo aplicable a la gestión de reclamaciones y denuncias. - Fases del proceso de tramitación de reclamaciones y denuncias. - Procedimiento de recogida de las reclamaciones. - Proceso de tramitación de las reclamaciones. - Las reclamaciones ante la Administración. - Las técnicas de comunicación en situaciones de quejas y reclamaciones. - Tratamiento a la clientela ante las quejas y reclamaciones. La escucha activa. La empatía. La asertividad. - La negociación en la resolución de quejas y reclamaciones. - El plan de negociación. Fases: preparación y estrategia, desarrollo y acuerdo. - Técnicas de negociación en las reclamaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> - Definición del concepto de “consumidor” o “consumidora” y “usuario” o “usuaria”, diferenciando los consumidores o consumidoras finales y los industriales. - Identificación de la normativa nacional, autonómica y local que regula los derechos del consumidor o consumidora y usuario o usuaria. - Identificación de las instituciones y organismos, públicos y privados, de protección al consumidor o consumidora y usuario o usuaria, describiendo sus competencias. - Interpretación de la normativa aplicable a la gestión de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor/usuario o de la clientela/consumidora/usuaria en materia de consumo. - Descripción de las fuentes de información que facilitan información fiable en materia de consumo. 	<ul style="list-style-type: none"> - Planificación metódica de las tareas a realizar, con previsión de las dificultades y el modo de superarlas. - Actitud ordenada y metódica durante la realización de las tareas, y perseverancia ante las dificultades. - Compromiso y cumplimiento de los plazos establecidos en la ejecución de una tarea.

UT 05: Realización de la tramitación de quejas y reclamaciones de la clientela/personas consumidoras		
Nº de horas de la unidad: 16		Nº de horas presenciales:
<p>Contenidos propuestos Gestión de quejas y reclamaciones del cliente. 1. Análisis de las consultas, quejas, reclamaciones y denuncias mas habituales en materia de consumo. 1.1 Introducción 1.2 Principios en la atención de sugerencias, quejas y reclamaciones 1.3 Análisis de las quejas y reclamaciones más frecuentes 2. Normativa aplicable a la gestión de reclamaciones y denuncias 3. Procedimiento y tramitación de las quejas y reclamaciones 3.1 Procedimiento 3.2 Documentación administrativa en la gestión de quejas y reclamaciones 3.2.1 Formulario u hoja de reclamaciones 3.2.2 Registro de la reclamación 3.2.3 Acuse de recibo 3.2.4 Seguimiento de la reclamación 3.2.5 Comunicación al cliente 4. Técnicas de comunicación y trato al cliente ante sugerencias, quejas y reclamaciones 4.1 Herramientas en la gestión de las sugerencias, quejas y reclamaciones 5. Sistema Arbitral de Consumo.</p>		

UT 06: Colaboración en la ejecución del plan de calidad y mejora del servicio de atención a la clientela y personas consumidoras y usuarias		
Nº de horas de la unidad: 11		Nº de horas presenciales:
Conceptos	Procedimientos	Actitudes
<ul style="list-style-type: none"> - Incidencias, anomalías y retrasos en el proceso de atención/información a la clientela y en la resolución de quejas y reclamaciones. - Tratamiento de las anomalías. - Procedimientos de evaluación y control del servicio de atención a la clientela. - Normativa aplicable en la atención a la clientela. - Estrategias y técnicas de fidelización de clientela. - Programas de fidelización de clientela. <p>Contenidos propuestos</p> <p>Plan de calidad y mejora del servicio de atención al cliente.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tratamiento de las incidencias, anomalías y retrasos en el proceso de atención al cliente y en la resolución de quejas y reclamaciones <ol style="list-style-type: none"> 1.1 Tipos de clientes 1.2 Pasos para un tratamiento efectivo de las quejas 2. Procesos de evaluación y control del 	<ul style="list-style-type: none"> - Definición del concepto de “consumidor” o “consumidora” y “usuario” o “usuaria”, diferenciando los consumidores o consumidoras finales y los industriales. - Identificación de la normativa nacional, autonómica y local que regula los derechos del consumidor o consumidora y usuario o usuaria. - Identificación de las instituciones y organismos, públicos y privados, de protección al consumidor o consumidora y usuario o usuaria, describiendo sus competencias. - Interpretación de la normativa aplicable a la gestión de quejas y reclamaciones del cliente/consumidor/usuario o de la clientela/consumidora/usuaria en materia de consumo. - Descripción de las fuentes de información que facilitan información fiable en materia de consumo. 	<ul style="list-style-type: none"> - Planificación metódica de las tareas a realizar, con previsión de las dificultades y el modo de superarlas. - Actitud ordenada y metódica durante la realización de las tareas, y perseverancia ante las dificultades. - Compromiso y cumplimiento de los plazos establecidos en la ejecución de una tarea.

UT 06: Colaboración en la ejecución del plan de calidad y mejora del servicio de atención a la clientela y personas consumidoras y usuarias		
Nº de horas de la unidad: 11		Nº de horas presenciales:
servicio de atención al cliente <ul style="list-style-type: none"> 2.1 Determinación de las necesidades del cliente 2.2 Análisis de los ciclos de servicio 2.3 Encuestas sobre el servicio de atención al cliente 2.4 Evaluación del servicio de calidad 2.5 Análisis de recompensas y motivación 3. Normativa enfocada a la gestión de la calidad en la atención al cliente <ul style="list-style-type: none"> 3.1 Principios de la gestión de la calidad en la ISO 9000:2000 3.2 Modelo EFQM de Calidad y Excelencia 3.3 CRM y los factores de calidad del servicio 4. La fidelización del cliente		

8. DISTRIBUCIÓN TEMPORAL DE LOS CONTENIDOS

UNIDADES DE TRABAJO	HORAS PROPUESTAS
1ª TRIMESTRE	
UT 1: Desarrollo de actividades de atención/información a la clientela	12
UT 2: Utilización de técnicas de comunicación en situaciones de atención a la clientela	24
UT 3: Organización de la información relativa a la relación con la clientela	16
2ª TRIMESTRE	
UT 4: Identificación de los organismos e instituciones de protección y defensa de personas consumidoras y usuarias	16
UT 5: Realización de la tramitación de quejas y reclamaciones de la clientela/personas consumidoras.	16
UT 6: Colaboración en la ejecución del plan de calidad y mejora del servicio de atención a la clientela y personas consumidoras y usuarias.	11
TOTAL HORAS	95

9. METODOLOGÍA DIDÁCTICA

Según el Real Decreto 1538/2006, «la metodología didáctica de las enseñanzas de formación profesional integrará los aspectos científicos, tecnológicos y organizativos que en cada caso correspondan, con el fin de que el alumnado adquiriera una visión global de los procesos productivos propios de la actividad profesional correspondiente».

Según estos principios tenemos que tener en cuenta lo siguiente:

- Se considera conveniente realizar, primero, una presentación de las diferentes unidades didácticas, para que el alumnado tenga una visión global de todo el módulo.
- El profesor/a expondrá los contenidos conceptuales desarrollados a través de las distintas unidades didácticas, con el apoyo de los recursos más adecuados (apuntes, libro de texto, TICs, etc.)
- Desarrollará los diferentes contenidos procedimentales a través de la resolución de distintos casos prácticos, para que, posteriormente, sea el propio alumnado el que, o bien de forma individual o bien en grupos, resuelva otros supuestos prácticos que le plantee el profesor o profesora.
- El profesor/a acercará los contenidos del módulo al alumnado de una manera clara y sencilla, con el ánimo de conseguir su involucración, colaboración y participación activa.
- El alumno/a trabajará determinados contenidos de manera individual, pero se fomentará sobre todo el trabajo en equipo, tal como ocurre en la vida laboral.
- Se preparará al alumno/a para la actividad en el campo profesional lo que facilitará su adaptación al mundo laboral, incorporando la educación en valores y en la igualdad en derechos y oportunidades entre hombres y mujeres.
- Se contribuirá al desarrollo personal del alumno/a, al ejercicio de una ciudadanía democrática y al aprendizaje permanente.
- Se alternarán los contenidos teóricos con los casos prácticos relacionados que ayudarán al alumno/a a la comprensión y asimilación de la teoría.
- Se realizarán las actividades propuestas, así como los ejercicios de autoevaluación.
- El alumno/a trabajará actividades finales de cada unidad en la que se revisan los contenidos vistos en la misma.
- Se potenciará el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación que permitirá el desarrollo de los diferentes procesos de trabajo dada *la naturaleza cambiante del comercio*
- Se fomentará el espíritu emprendedor que permita al alumno tener visión de futuro en el mundo empresarial y del comercio.
- Se proporcionará la motivación necesaria, de cara a fomentar en el aula un clima de trabajo y convivencia adecuado.
- Se procurará que las clases teóricas se limiten a la exposición y explicación de los conceptos esenciales de cada unidad. Se fomentará la participación del alumnado en dichas exposiciones.
- Se considera conveniente que el alumnado haga presentaciones orales, utilizando como soporte las TICs, así como la simulación de negociaciones o procesos de venta para los diferentes productos o servicios planteados.

- El profesorado deberá realizar un seguimiento cercano e individualizado del proceso de aprendizaje de cada alumno o alumna, realizando anotaciones sistemáticas de los avances y dificultades que éstos presenten.

Se aplicará una metodología activa, participativa e integradora, que permita un aprendizaje “significativo” o “por comprensión” y provoque la reflexión y el análisis por parte del alumnado, convirtiéndose de esta forma en protagonista del proceso educativo.

El proceso de enseñanza deberá partir de unas actividades iniciales o de diagnóstico, que permitan conocer el nivel de conocimientos previos del alumno/a, y plantearse mediante una acción integradora de conocimientos, técnicas y habilidades concretas que impliquen trabajos participativos de los alumnos/as.

Así, la metodología didáctica estará dirigida a **capacitar al alumno/a para:**

- Aplicar de forma inmediata los conocimientos teóricos recibidos a las situaciones reales de trabajo.
- Adaptarse a los posibles cambios organizativos y tecnológicos.
- El “autoaprendizaje”.
- Trabajar en grupo.
- Analizar situaciones.
- Resolver problemas que puedan presentarse.
- Tomar las decisiones oportunas.

10. EVALUACIÓN

10.1 PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

Al inicio de curso se hace necesario establecer una **evaluación inicial** de los alumnos/as para tratar de comprobar los conocimientos previos y aplicar sus resultados a la organización del módulo. Esta evaluación se realizará mediante una entrevista o pequeña encuesta por parte del profesor en la que se preguntarán sobre contenidos clave en la materia, experiencias profesionales previas en la materia, expectativas, etc.

La evaluación formativa consiste en constatar el proceso de aprendizaje de cada alumno, a través de la observación sistemática por el profesor, con el fin de modificar o reforzar los contenidos que no hubiesen sido suficientemente asimilados. Se realizará mediante un examen, el seguimiento de sus trabajos diarios, la entrega de las actividades propuestas por el profesor, resolución de los casos prácticos, la realización de las actividades finales de cada unidad, exposiciones orales, la participación en clase y entrega de cualquier tipo de trabajo en la fecha solicitada por el docente.

Se valorarán, además, los siguientes aspectos:

- Capacidad de organización del trabajo.
- Grado de participación en los trabajos de grupo.
- Calidad final de trabajo.

Se utilizará un sistema de **evaluación continua**, puesto que es el que permite hacer un seguimiento del proceso de aprendizaje de los alumnos/as.

Cada alumno/a será evaluado por su trabajo diario, tanto individual como en grupo, valorándose tanto los conocimientos, como las capacidades, destrezas, habilidades y actitudes adquiridas, de acuerdo con los criterios de evaluación establecidos para este Módulo.

Se realizarán las siguientes evaluaciones durante el curso:

- Una evaluación inicial
- Una evaluación parcial al término del primer trimestre.
- Una evaluación final ordinaria en el segundo trimestre, previamente al inicio del primer período anual de realización del módulo de Formación en centros de trabajo.
- Una evaluación final extraordinaria al término del tercer trimestre

LOS **CRITERIOS DE EVALUACIÓN** son los especificados para cada unidad.

10.2 CRITERIOS DE CALIFICACIÓN.

Los instrumentos de evaluación y calificación a utilizar, para medir el nivel de adquisición de las capacidades por los alumnos/as, serán los siguientes:

- **Asistencia regular a clase:** Será imprescindible acreditar la **asistencia del 85%**, al menos, del total de las horas lectivas del Módulo para poder ser evaluado por el sistema de evaluación continua. El número de faltas de asistencia que dará lugar a la pérdida de la evaluación continua en este Módulo será de **7 horas al trimestre**.
- **Seguimiento del trabajo diario del alumno/a.** Se valorará:
 - La participación del alumno/a en las clases, su dedicación e interés por el trabajo, las intervenciones y explicaciones sobre las actividades y ejercicios, la realización de las tareas, actividades y ejercicios propuestos; la transmisión de información adecuadamente, la predisposición y las actitudes del alumno/a tanto hacia la materia, como hacia los compañeros/as y el profesorado
 - Actividades realizadas dentro y fuera del aula.

A este instrumento se le asignará una valoración del **10 %** de la calificación global de la evaluación.

- **Trabajos presentados individuales y/o de grupo.**

A estos efectos se considerará trabajo, todo aquello que suponga una profundización en alguno de los aspectos relacionados con la materia del Módulo que esté compuesto por, al menos, los siguientes aspectos: Índice de trabajo, análisis y reflexión sobre el tema tratado, documentación complementaria, bibliografía utilizada, etc.

Se valorarán en este apartado:

- la limpieza y presentación de los trabajos,
- la calidad y organización de los trabajos,
- claridad de los conceptos,
- participación en los debates y exposiciones,
- el uso de la terminología propia de la materia,
- la selección y uso de las fuentes de información adecuadas,
- la utilización de las aplicaciones informáticas disponibles,
- el trabajo en equipo,

- la capacidad de integrar los distintos conocimientos en la materia, etc.

A este instrumento se le asignará un **10 %** de la calificación global de la evaluación.

Los trabajos serán obligatorios y se valorarán con un máximo del 20% de la puntuación final. La no presentación o realización de los mismos se puntuará con un 0.

• **Pruebas objetivas individuales (orales o escritas) para la evaluación:**

Pruebas objetivas, expresamente elaboradas y propuestas para la evaluación, que podrán consistir en:

- Pruebas tipo test o de respuesta alternativa.
- Preguntas de respuesta corta, sobre conceptos, definiciones, clasificaciones,...
- Preguntas de desarrollo.
- Resolución de problemas o supuestos prácticos, análisis de textos, etc.

Se trata de evaluar, según los casos:

- El grado de conocimiento de los contenidos, conceptos, trámites, documentos y operaciones, etc.
- La comprensión y análisis de textos y normas y su interpretación y aplicación a casos concretos.
- La capacidad de razonamiento, así como la iniciativa y creatividad en la solución de problemas.

A este instrumento se le asignará una valoración del **80 %** de la calificación global de la evaluación.

Para obtener una calificación de cinco: deberán responder correctamente 2/3 en las preguntas de tipo test, el 60% en las preguntas a desarrollar, y al menos realizar bien el planteamiento de los problemas.

Se entenderá por **calificación de la evaluación** la media obtenida por los distintos instrumentos evaluados que pueden ser, a su vez, ponderados según su importancia relativa dentro de la unidad, o grupo de unidades.

La evaluación se considera superada cuando la **calificación de la evaluación** sea igual o superior a 5.

La calificación de la evaluación final se formulará en cifras de 1 a 10, sin decimales.

La **nota final del módulo** será la media aritmética de las calificaciones numéricas de las evaluaciones expresada con dos decimales, con redondeo a la centésima más próxima, y en caso de equidistancia, a la superior.

Todos los **módulos profesionales convalidados** se calificarán con un 5 a efectos del cálculo de la nota media del ciclo formativo.²

La **calificación final del ciclo formativo**, obtenida por media aritmética de las calificaciones de los módulos profesionales cursados en el centro educativo, se formulará en cifras de 1 a 10 con una sola cifra decimal.

² Artículo 38.3 del Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio

El módulo de Formación en centros de trabajo (FCT) se calificará como apto o no apto.

Habrà una recuperación de las pruebas por cada evaluación. La calificación máxima de esa prueba sobre mínimos será de 5 puntos. Nota a mediar con el resto de las calificaciones de las otras evaluaciones aprobadas.

La calificación de la **prueba extraordinaria** será de 1 a 10 puntos.

10.3 ACTIVIDADES DE RECUPERACIÓN

Programa de recuperación de módulos profesionales no superados.

Con el fin de facilitar al alumnado la recuperación de los aprendizajes en los módulos profesionales que no hubiera superado, el alumno o alumna deberá realizar un programa de recuperación que contendrà las actividades que deberán realizar para superar las dificultades que ocasionaron la calificación negativa del módulo correspondiente.

Este programa se diseñará de forma diferenciada según los períodos o momentos de aplicación, que en este módulo será:

Programa de recuperación de los módulos profesionales de segundo curso no superados tras la evaluación final, indistintamente de su tipo, que se celebre previamente al inicio del primer período de realización del módulo profesional de Formación en centros de trabajo.

Este programa o actividades de recuperación consistirán en:

- La realización de trabajos y ejercicios sobre aquellos aspectos en que se hubiesen detectado mayores deficiencias.
- La repetición de determinadas actividades, cuando se hubiese observado que en su realización el/la alumno/a no dedicó el suficiente tiempo o esfuerzo.
- La realización de una **prueba escrita** sobre aquellos contenidos en los que se hubiese observado que el nivel de conocimientos del alumno/a es insuficiente.

Al final del 2º trimestre, en el mes de marzo, y antes del período de realización del módulo de FCT, se realizará una “**prueba de suficiencia global**” en la cual, se exigirán los contenidos no superados, tanto teórico como prácticos.

Será imprescindible la realización completa de los trabajos, ejercicios y actividades prácticas para evaluar correctamente todos los conocimientos adquiridos.

10.4 EVALUACIÓN EXTRAORDINARIA DE JUNIO

El alumno/a que no haya superado el Módulo en la evaluación ordinaria de marzo podrá presentarse a la convocatoria extraordinaria de junio.

El alumno/a deberá realizar el programa de recuperación del módulo que presentará en junio al profesor o profesora del módulo.

En esta evaluación extraordinaria de junio, se realizará una **prueba global escrita**, que versará sobre los contenidos mínimos del Módulo no superados, tanto teóricos como prácticos, en la que el alumno/a deberá demostrar la adquisición de las capacidades terminales del Módulo.

La calificación de dicha prueba extraordinaria será de 1 a 10 puntos.

10.5 NORMAS SOBRE ASISTENCIA A CLASE. IMPOSIBILIDAD DE APLICACIÓN DE LA EVALUACIÓN CONTINUA

De acuerdo con lo establecido en el Reglamento de Régimen Interior del Centro y en el Proyecto Curricular del Ciclo, se aplicarán las siguientes normas:

1. Al tratarse de un Ciclo Formativo que se imparte en régimen presencial, será obligatoria la asistencia a las clases y demás actividades lectivas programadas para la obtención del título.
2. La evaluación de los alumnos/as será continua y estará orientada a la medición de las capacidades terminales fijadas para el Módulo. La aplicación del sistema de evaluación continua implica que la asistencia del alumno/a a las actividades programadas será obligatoria.
3. Las faltas de asistencia deberán ser justificadas por el alumno/a ante el tutor/a, considerándose causas válidas las contempladas como tales en la legislación laboral
4. El profesor/a responsable del Módulo llevará el control diario de asistencia del alumno/a, reflejando las ausencias en el parte mensual de faltas en la aplicación corporativa SAUCE. El tutor/a entregará periódicamente al alumno/a y/o su familia información sobre las faltas de asistencia.
5. Un número de faltas de asistencia superior al 15 % de las horas lectivas del Módulo en cada evaluación, provocará la imposibilidad de aplicar los criterios generales de evaluación y calificación para este alumno en dicha evaluación. En las programaciones de cada uno de los módulos se especificará con detalle la forma de evaluación y calificación para el alumnado en se encuentre en esta situación. En caso de que el alumno/a no supere esta evaluación trimestral, deberá presentarse a la convocatoria final ordinaria con la materia de la citada evaluación.

El número máximo de faltas de asistencia permitidas para poder aplicar el sistema de evaluación continua en el Módulo de "Servicios de Atención Comercial" será de 7 horas al trimestre.

11. INCORPORACIÓN DE LOS CONTENIDOS TRANSVERSALES

Se trabajarán con los alumnos, básicamente, los siguientes temas:

- **Educación multicultural**, partiendo de la aceptación de la propia identidad cultural se propiciará el respeto y la tolerancia hacia otras culturas.
- **Educación para la convivencia**, promoviendo el respeto, tanto en lo referente a las relaciones interpersonales entre alumnos y entre alumnos y profesores, no solo

- dentro del aula sino en cualquier lugar del recinto educativo (pasillos, biblioteca, etc.), como en lo relativo al material de uso común.
- **Educación medioambiental**, desarrollando una conciencia, tanto individual como colectiva, de responsabilidad hacia la protección y mejora de las condiciones del medio ambiente y de las distintas especies de seres vivos que forman parte de él, especialmente las que se encuentran en peligro de extinción.
 - **Educación para la paz**, fomentando el respeto a otras sociedades diferentes, resaltando el entendimiento entre los individuos que las componen y promoviendo la tolerancia, el desarme y la cooperación.
 - **Educación moral y cívica**, desarrollando una actitud de tolerancia ante las diferencias individuales de cualquier tipo.
 - **Educación para la igualdad entre los sexos**, promoviendo la cooperación entre alumnos y alumnas y el reparto equilibrado de todo tipo de tareas.
 - **Educación del consumidor**, desarrollando en los alumnos/as capacidades de comprensión de los mensajes publicitarios y actitudes críticas que les permitan valorar sus necesidades reales de consumo y la utilización de materiales reciclables.
 - **Educación para la salud**, promoviendo hábitos de vida saludables que contribuyan a la prevención de enfermedades contagiosas (SIDA, etc.) y a evitar el consumo de drogas (tabaco, alcohol, etc.), así como a cumplir escrupulosamente las normas de seguridad e higiene en el manejo de instrumentos.

12. INSTALACIONES, MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS

Para impartir este módulo se utilizará un libro de texto recomendado por el profesor “Servicios de atención comercial” de María Eugenia Escudero de la Editorial Editex.

Además se utilizarán:

- Ordenador (Internet)
- Cañón
- Visualización de videos sobre conferencias, reportajes, publicidad y situaciones profesionales más habituales, recomendados para determinadas unidades.
- La plataforma Educastur Campus
- Ordenadores para los alumnos con acceso a internet.
- Prensa diaria. Documentos y lecturas sobre las situaciones actuales relacionadas con el módulo y el ciclo formativo.
- Revistas especializadas.
- Documentación y apuntes facilitados por la profesora del Módulo.
- Documentación extraída por medios telemáticos

13. MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD DE LOS ALUMNOS/AS

La diversidad es inherente a la condición humana y no es más que la expresión de la normalidad y la realidad de cada grupo. El alumnado tiene una diversidad de necesidades educativas debidas a múltiples factores intelectuales, físicos o sociales.

Se considera fundamental la interacción alumnado-contexto, de forma que alumnos situados en contextos diferentes pueden tener aprendizajes y desarrollos muy distintos.

El punto de partida de todo proceso educativo será la consideración de la totalidad del alumnado como diverso. Por ello, cualquier diseño curricular deberá tener en cuenta las diferencias de los alumnos.

Es muy importante a la hora de diseñar y organizar las actividades de enseñanza-aprendizaje, atender a la diversidad del grupo: Puede haber algunos alumnos que no consigan alcanzar los objetivos previstos y, por el contrario, puede haber otros que los alcancen sobradamente. En ambos casos, es necesario plantear alternativas.

En un ciclo formativo de grado superior, debido a las características del mismo y de la enseñanza de Formación Profesional en general, se considera necesario e imprescindible que el/la alumno/a alcance todos los objetivos mínimos marcados para los distintos módulos en sus programaciones docentes ya que solamente de esta forma se alcanzará el objetivo final del ciclo formativo, que es lograr un nivel de cualificación profesional que capacite para acceder al mundo del trabajo.

Por ello, debemos buscar estrategias variadas que nos permitan dar respuesta a la diversidad que presenta nuestro alumnado a través de diferentes vías ordinarias y extraordinarias.

Se puede atender a las distintas necesidades de aprendizaje de los alumnos mediante adaptaciones metodológicas que permitan ofrecer diferentes niveles de ayuda pedagógica a los alumnos/as, en función del nivel de dificultad que presenten y de sus características personales.

Constituye un recurso importante de atención a la diversidad adoptar una serie de medidas de carácter ordinario y que no afectan a los elementos prescriptivos del currículo:

- Plantear metodologías didácticas y niveles de ayuda diversos.
- Organizar actividades de enseñanza-aprendizaje diferenciadas.
- Prever adaptaciones de material didáctico.
- Organizar diferentes agrupamientos.
- Modificar el ritmo de introducción de nuevos contenidos.

14. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES

Se realizarán todas las actividades, en coordinación con el departamento de la familia profesional de Comercio y Marketing y el de actividades extraescolares.

15. EL MÓDULO PROFESIONAL “SERVICIOS DE ATENCIÓN COMERCIAL” EN LA ENSEÑANZA A DISTANCIA

METODOLOGÍA DE LA FORMACIÓN A DISTANCIA

La metodología didáctica de las enseñanzas de formación profesional integrará los aspectos científicos, tecnológicos y organizativos que en cada caso correspondan, con el fin de que el alumnado adquiera una visión global de los procesos productivos propios de la actividad profesional correspondiente. El alumnado dispone de flexibilidad y autonomía en el aprendizaje

El método de enseñanza a distancia debe estar basado en el aprendizaje autosuficiente del alumnado. Para esta modalidad el alumnado podrá acceder a los materiales, preferentemente, a través de la red, mediante metodología *e-learning* a través de una plataforma de formación virtual, que puede ser EDUCASTUR CAMPUS (plataforma ofrecida por la propia Consejería de Educación),

El profesor-tutor responsable de un módulo profesional a distancia hace el rol de orientador y facilitador del aprendizaje del alumnado:

- Resolviendo dudas.
- Evaluando el progreso y reorientando al alumnado en los contenidos no comprendidos.

El alumnado aprende utilizando todos los recursos posibles:

- Estudiando los materiales escritos,
- Visionando vídeos explicativos,
- Realizando simulaciones virtuales de procedimientos,
- Realizando las tareas previstas a entregar al profesor-tutor,
- Realizando tareas en colaboración con compañeros y compañeras,
- Comentando temas y dudas con los demás compañeros y compañeras del gran grupo y con el profesor-tutor,
- Realizando las actividades prácticas presenciales correspondientes al bloque de unidades didácticas,
- Realizando las pruebas de evaluación a lo largo del curso.

RECURSOS DIDÁCTICOS

En el desarrollo de estas enseñanzas se emplearán soportes y materiales didácticos que permitan un proceso de aprendizaje sistematizado para el participante, así como los medios telemáticos necesarios para incorporar el uso de las tecnologías de la información y de la comunicación al proceso de atención tutorial.

Los materiales y soportes didácticos deberán contribuir a la adquisición de los resultados de aprendizaje que correspondan a los distintos módulos profesionales. Además, deberán contemplar los principios de autosuficiencia y autoaprendizaje para que el alumnado pueda desarrollar y controlar el proceso de aprendizaje de forma autónoma.

De esta forma el alumnado aprende utilizando todos los recursos posibles.

Los materiales deben:

1. Emplear estrategias activas de enseñanza aprendizaje (aprender haciendo).
2. Estructurar el aprendizaje a partir de los procedimientos.
3. Evitar el abandono de los alumnos y alumnas mediante seguimiento individualizado y el fortalecimiento del grupo.
4. Facilitar la actualización de los recursos.
5. Emplear simulaciones interactivas eficaces.

Al no disponer de material didáctico digital en la plataforma de los módulos profesionales del Ciclo Formativo de Grado Medio, se utilizan libros de texto con sus correspondientes actividades

En este módulo el libro que se seguirá es: “Servicios de atención comercial” de María Eugenia Escudero de la Editorial Editex.

SISTEMA DE TUTORÍAS DE LOS MÓDULOS PROFESIONALES

El elemento fundamental de esta modalidad de enseñanza es la acción tutorial, que debe proporcionar el acompañamiento, el estímulo y las estrategias didácticas de autoaprendizaje necesarias para que cada estudiante pueda alcanzar el aprendizaje exigido en cada módulo de forma personalizada.

El profesor-tutor del módulo profesional hace el rol de orientador y facilitador del aprendizaje del alumno resolviendo dudas, evaluando el progreso y reorientando al alumnado en los contenidos no comprendidos.

La atención al alumnado en cada módulo se organizará por un sistema de tutorías que incluirá tutorías individuales y tutorías colectivas.

La **tutoría individual** incluirá las acciones de orientación y de apoyo al proceso de aprendizaje que se correspondan con los resultados de aprendizaje que el alumnado pueda alcanzar de forma autónoma y a distancia, empleando el soporte didáctico específico. Se llevará a cabo de forma continuada a lo largo de todo el curso, de forma telemática, telefónica o presencial.

La **tutoría colectiva**. Las tutorías colectivas presenciales pueden adoptar distintas fórmulas. Pueden utilizarse para exponer un determinado tema o cuestión de especial dificultad mediante una exposición por parte del profesor-tutor; pueden adoptar la estructura de un seminario entre los alumnos y alumnas para la realización de trabajos colectivos o puestas en común; pueden consistir en la realización de prácticas de taller o pueden ser foros de discusión, debate e intercambio.

Contenidos de las tutorías colectivas:³

Las tutorías colectivas son las acciones tutoriales de carácter presencial, necesarias para la consecución de los objetivos educativos que precisen desarrollar procesos de enseñanza y aprendizaje para los que son necesarias la intervención directa y presencial del profesor tutor. Éstas son de dos tipos:

- Tutorías prácticas: para el desarrollo de actividades asociadas al desarrollo de competencias y contenidos procedimentales.

³ Al final se incluyen los Anexos con los cuadros de registro de incidencias de las tutorías y de la programación de las tutorías colectivas

- Tutorías de orientación: se utilizan para informar de la organización y desarrollo de las unidades didácticas. Se establecen tres:
 - Al principio de cada trimestre habrá una tutoría colectiva de programación.
 - A mediados del trimestre, una de seguimiento.
 - Al final del trimestre, una de preparación de la evaluación.

Las restantes tutorías colectivas, de **carácter quincenal**, estarán orientadas al desarrollo de un programa de actividades que el tutor dará a conocer a comienzo del curso. Este plan de acción tutorial incluirá el programa de actividades tutoriales, el calendario de tutorías establecido y toda la información que se considere de interés para el alumnado.

Las tutorías colectivas no se plantearán como una clase dedicada a impartir contenidos teóricos. Se enfocarán al planteamiento y resolución de ejercicios y actividades teórico/prácticos. Por este motivo, es recomendable que cada alumno/a estudie previamente los conceptos necesarios antes de acudir a la tutoría colectiva, siguiendo la programación de las unidades didácticas y las actividades enviadas por el profesor o profesora tutora. Las dudas y cuestiones que surjan sobre conceptos se atenderán de manera preferente en las tutorías *on line*.

La asistencia del alumnado a las tutorías individuales y colectivas será voluntaria.

Además, se realizarán de forma continuada durante el curso:

Tutorías telefónicas:

A través de la línea telefónica, el alumno/a podrá realizar en las horas establecidas al efecto cuantas consultas considere necesarias, para poder avanzar en el conocimiento de cada uno de los módulos. Se establecerá al menos una hora semanal de atención al alumnado.

Tutorías telemáticas:

A cada alumno/a del curso se le informará sobre la forma de configurar una cuenta de correo personal en la plataforma Educastur Campus, puesta a disposición por la Consejería de Educación y Cultura, mediante la cual podrá realizar aquellas consultas que considere oportunas y dirigidas a los correos de cada módulo profesional. Los profesores contestarán en un periodo razonable de tiempo, siempre a través de las cuentas institucionales.

EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES. INSTRUMENTOS DE RECOGIDA DE INFORMACIÓN

La evaluación debe permitir que se reconduzca el proceso de aprendizaje del alumnado en el momento preciso (evaluación continua). Se pueden fijar distintos instrumentos que permitan esta recogida de información en relación con el desarrollo de estos aprendizajes a través de las tutorías individuales y colectivas.

Para la evaluación de los módulos profesionales cursados en régimen a distancia, será necesaria la realización de, al menos, una prueba presencial en combinación con los procesos de evaluación continua que se puedan desarrollar a distancia.

La recogida de información se puede **establecer en diferentes momentos:**

1. La información que muestran las herramientas de la plataforma relativas a las actividades de autoevaluación de cada unidad o del bloque de unidades.
2. Las actividades de evaluación que entrega el alumnado al final de un bloque de unidades.
3. Las actividades de refuerzo que plantean los materiales o que diseña el profesor-tutor.
4. Las actividades procedimentales que se realizan en las sesiones presenciales.
5. Las actividades colaborativas realizadas por el grupo de alumnos y alumnas.
6. Las intervenciones en los foros y en los chats.
7. Las sesiones de evaluación presenciales realizadas.
8. La evaluación final.

Los Instrumentos que permitirán la recogida de información para el proceso de evaluación podrán ser:

- Fichas de seguimiento.
- Pruebas de control individual a desarrollar utilizando programas informáticos.
- Pruebas de control escritas para la comprobación de determinados contenidos conceptuales o para la realización de actividades.
- Entrega de trabajos.
- Memoria detallada de la realización de las actividades.

Los criterios de evaluación y su relación con los objetivos estarán detallados en las unidades de trabajo de las programaciones de cada uno de los módulos.

INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Los **instrumentos de evaluación** a utilizar, para medir el nivel de adquisición de las capacidades por los alumnos/as se reflejarán en cada una de las programaciones didácticas y podrán ser:

- Las pruebas escritas propuestas para la evaluación.
- Las pruebas prácticas presenciales, en los módulos que se requieran.
- La realización y presentación de los trabajos y actividades de las unidades didácticas correspondientes, cuando estas sean requeridas por el profesor-tutor.

INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN	DE	MATERIA	OBJETO	DE
PRUEBAS OBJETIVAS				
Pruebas teóricas		-	Conocimientos teórico- prácticos	
		-	Estudios de casos	
Respuesta breve		-	Vocabulario	
		-	Conceptos e ideas	
ACTIVIDADES				
Actividades tutorías		-	Resolución ejercicios teórico- prácticos de las unidades didácticas	

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Se establece para todos los módulos, en general, como criterios de calificación la siguiente ponderación:

CALIFICACIÓN	
INSTRUMENTOS	PONDERACIÓN (%)
PRUEBAS OBJETIVAS	Entre el 80% y el 100%
ACTIVIDADES	Hasta el 20%

Cuando en una unidad didáctica no se propongan trabajos o actividades a realizar, la nota será la del examen de evaluación.

El profesorado tutor de los diferentes módulos profesionales informará periódicamente al alumnado acerca de la evolución de su proceso de aprendizaje y recomendará, en su caso, las medidas que deben adoptar para mejorarlo, a través de los procedimientos que se establezcan en las correspondientes programaciones docentes.

TIPO DE PRUEBA	MATERIA OBJETO DE EVALUACIÓN
PRUEBAS ORALES	
Simulaciones orales	- Entrevistas - Ventas - Atención al público
PRUEBAS ESCRITAS	
Pruebas teóricas	- Conocimientos teóricos - Estudios de casos
Respuesta breve	- Vocabulario - Conceptos e ideas
Pruebas prácticas	- Resolución de ejercicios - Uso de programas informáticos - Proyectos

Las actividades que requieran una práctica presencial se evaluarán en el momento de realizarlas y se podrán calificar bien de forma numérica, bien como “apto/ no apto” En el caso de que no se asista a las prácticas presenciales se deberá realizar un examen práctico una vez superado el examen escrito presencial.

Cuando en una unidad didáctica no se propongan trabajos o actividades a realizar, la nota será la del examen de evaluación.

El profesorado tutor de los diferentes módulos profesionales informará periódicamente al alumnado acerca de la evolución de su proceso de aprendizaje y recomendará, en su caso, las medidas que deben adoptar para mejorarlo, a través de los procedimientos que se establezcan en las correspondientes programaciones docentes.

ANEXOS**ANEXO 1: PROGRAMACIÓN DE TUTORÍAS COLECTIVAS**

MÓDULO: SERVICIOS DE ATENCIÓN COMERCIAL
Miércoles: 16:20h a 17:15h

1ª EVALUACIÓN		
FECHA	UNIDADES DE TRABAJO	CONTENIDOS
03/10/2018	Presentación del módulo	Tutoría de Programación
10/10/2018	1	Tutoría de Programación
17/10/2018	1,2	Tutoría de Programación
24/10/2018	2	Tutoría de Programación
07/11/2018	1,2	Tutoría de Seguimiento
14/11/2018	3	Tutoría de Programación
21/11/2018	4	Tutoría de Programación
28/11/2018	1,2,3,4	Preparación 1ª Evaluación
19/12/2018		Revisión Examen
2ª EVALUACIÓN		
09/01/2019	5	Tutoría de Programación
16/01/2019	5,6	Tutoría de Programación
23/01/2019	6	Tutoría de Programación
30/01/2019	5,6	Tutoría de Seguimiento
06/02/2019	7	Tutoría de Programación
13/02/2019	7,8	Tutoría de Programación
20/02/2019	5,6,7,8	Preparación 2ª Evaluación
06/03/2019	1 al 8	Revisión Examen Preparación Final
20/03/2019		Revisión Examen Final

